



DZIAŁAMY RAZEM

STANDARDY W OBSZARZE E-MARKETING



SIEĆ DZIAŁAMY RAZEM

Dlaczego organizacje pozarządowe powinny się promować w Internecie?

„Nie ma informacji o Tobie w Internecie to nie istniejesz” – tymi słowami wielokrotnie rozpoczynam zajęcia dla studentów. Jeszcze 5 lat temu usłyszałbym na sali głoś sprzeciwu, ale dzisiaj... dzisiaj widzę jak młodzi ludzie kiwają twierdząco głowami przyznając mi rację. E-marketing, to podobnie jak marketing tradycyjny, promocja i komunikacja z odbiorcą. Zmienił się tylko kanał komunikacji, sposób w jaki docieramy z informacją do odbiorcy. Kiedyś stosowaliśmy plakaty, zaproszenie, reklamy radiowe, czy prosiłsiśmy proboszcza o przekazanie informacji z ambony. Dziś, w dobie Internetu, to ludzie poszukują informacji „serfując w sieci”. Codziennie wpisują po setki zapytań w pasek wyszukiwarki, przeglądają strony, czytają wiadomości. Tym samym rola marketingu sprowadziła się do działania, którego efektem jest pozwienie na znalezienie informacji o naszej organizacji. Dlaczego więc nie dać się znaleźć. Internet to skarbnica informacji wszelakiej, od fachowej po bezużyteczną. Internet to zbiór, który kształtuje naszą świadomość, opinie na jakiś temat. W dodatku Internet to przestrzeń do której każdy ma dostęp i każdy może umieścić w niej informację. Dlatego tak ważne jest w przypadku firmy, szkoły czy organizacji pozarządowej, aby informacja w sieci o nas zamieszczona została przez nas samych. Tylko w ten sposób możemy zapobiec wielu nieporozumieniom. Organizacje pozarządowe to szczególne podmioty, które z racji realizowania celów społecznych, winny dbać o swój wizerunek w sieci. Powodów dlaczego warto dbać o wizerunek organizacji w sieci jest wiele, ale najważniejsze z nich to: budowanie świadomości o istnieniu organizacji i jej działaniach, budowanie zaufania społeczności lokalnej (szczególnie ważne w przypadku organizacji ze statusem OPP), budowanie opinii organizacji eksperckiej (dobry partner do współpracy), prowadzenie komunikacji z odbiorcami czy zwyczajnie dla tego, aby pokazać „światu” że można robić wiele ciekawych, nietuzinkowych działań dla drugiego człowieka lub dla wybranej grupy ludzi.

Aby jednak to robić trzeba poznać narzędzie marketingu Internetowego i wybrać te działania, na które w chwili obecnej stać organizację i które przyniosą zamierzony efekt.

SIEĆ DZIAŁAMY RAZEM

Definicja

Marketing internetowy – forma marketingu, używająca jako medium Internetu i strony WWW (World Wide Web). Służy do przestania informacji marketingowej i pozyskania klientów. Przykłady marketingu internetowego to przede wszystkim różne formy reklamy między innymi strony rezultatów wyszukiwarki, banery, reklamy multimedialne, reklamy serwisów społecznościowych, interstitial, ogłoszenia reklamowe w Internecie, sieci reklamowe oraz e-mail marketing, łącznie z e-mail spam.

Wprowadzenie

Niniejsze standardy zawierają opisy działań marketingowych, narzędzi i technik promocji w Internecie oraz sposoby ich pomiaru, umożliwiające weryfikację założonych celów promocyjnych organizacji jak i pomiar ich efektywności.

Opisane standardy mają charakter uzupełniający do dotychczas wypracowanych standardów z zakresu marketingu i promocji, stworzonych w ramach projektu Quality of NGO.

Wdrożenie standardów zgodnie z poniższymi wytycznymi będzie świadczyło o wysokim profesjonalizmie organizacji i uzyskanie statusu emarketing professional dla organizacji pozarządowych.

Tomasz Sobol