

Формуляр за партньори на Фондация „Америка за България“

1. Представяне на организацията

Информационният портал за НПО (<https://ngobg.info>) е посветен на предоставянето на актуална информация за българския граждански сектор, която е от полза както за самите организации, така и за всички, които се интересуват от тях, тяхната дейност и резултатите от нея. Порталът стартира през януари 2010 г. Разработен е и се поддържа от Фондация „Програмен и аналитичен център за европейско право“ в партньорство с Български център за нестопанско право.

Уникалните посещения годишно са между 300 000 и 350 000 (Google Analytics). Страницата във Фейсбук има 17 000 последователи, а седмичният бюлетин достига до 9000 абонати.

Съдържанието на портала се генерира основно от самите организации, които са се регистрирали в него. Те имат възможност да актуализират своя профил и да публикуват информация за свои събития, инициативи и кампании. Основните секции на портала са:

- **Новини** (разкази за НПО, анализи, правни новини, позиции);
- **Кампании**;
- **Работа и доброволчество** (обяви за работа, стаж и търсене на доброволци от НПО, обяви на кандидати за доброволци);
- **Законодателство** (обществени консултации и справочна част – 101 въпроса и отговора);
- **Финансиране** (финансиращи програми и организации);
- **Календар**;
- **NGOBG Live** (излъчване на живо на събития и уебинари);
- **Библиотека** (годишни отчети, бюлетини, книги и документи).

Порталът съдържа и база данни с над 14 000 регистрирани организации.

2. Организацията присъства онлайн чрез:

- √ Собствен уебсайт
- √ Facebook страница
- √ Седмичен нюзлетър/Email кампании

3. Посочете кои канали за дигитален маркетинг иска да развива вашата организация?

- Facebook страница
- Google Ads реклама
- Уебсайт и седмичен бюлетин (подбор на съдържание и възможности за реклама)

4. За всеки от приоритетните канали за дигитален маркетинг опишете накратко какви цели си поставяте.

Каузата на Портала е да запознава колкото може повече хора със смисъла и ролята на гражданските организации в обществото. От тази гледна точка за нас е важно:

- Да разширяваме аудиторията и повишаваме посещаемостта на Портала;
- Да привличаме и задържаме интереса на граждански организации, които да публикуват свои материали;
- Да привличаме и задържаме интереса на социално отговорни компании и дарители, които да обявяват програмите и инициативите си на Портала;
- Да популяризираме каузите и кампаниите на НПО, които разчитат на нас като комуникационен канал;
- Да привличаме млади, талантиливи хора като автори на материали (стажантска програма).

По отношение на конкретните канали за дигитален маркетинг целите ни са:

- Да развием Google Ads чрез публикуване на реклами на постове и/или секции на портала. Смятаме, че това е подходящ начин за привличане на нови посетители. В момента рекламираме секции Работа и доброволчество, Законодателство, Финансиране и База данни на НПО, както и няколко публикации. Рекламата, която води до най-много посещения на сайта, е на секция Работа и доброволчество;
- В момента използваме Facebook страницата за популяризиране на публикации на портала. Искаме да я развием, така че да увеличим нейната видимост, както и броя на хората, които се ангажират с публикациите в нея. В идеалния вариант страницата трябва да стане активна общност на социално ангажирани хора. Смятаме, че Facebook страницата е подходяща за популяризиране на каузи и кампании на НПО и поддържане на интереса на социално ангажирани граждани и организации към Портала;
- Да развием съдържанието на самия портал и неговия седмичен бюлетин, така че да станат по-привлекателни за реклама.

Накратко, освен достигането до повече хора, чрез развитието на каналите за дигитален маркетинг искаме да подобрим възможностите си за качествено популяризиране на каузи на наши колеги, на български и международни дарители и техните програми, на интересни стопански инициативи на граждански организации. В идеалния вариант в бъдеще това може да се развие и като платена услуга.

Важно:

1. Самите ние имаме нужда от прецизиране на подходящите аудитории на каналите за маркетинг. За това ще разчитаме на подкрепата на стажанта и менторите му. Аудиторията на Портала следим чрез Gemius. Данните са различни за различните периоди, но осреднено профилът на потребителите е следният:

- Жените са 70%, а мъжете – 30%;
- Над 60% са с висше образование, над 10% са ученици, а голяма част от останалите – студенти;
- Работещите са 80%, 23% заемат средни управленски позиции, а други 23% са служители;

- 48% от потребителите са от София, 10% от градове с население над 100 000, 37% от населени места с между 20 000 и 100 000 жители;
- Личните доходи на над 20% от потребителите са над 1500 лв. месечно (най-високият праг на Gemius).

2. Спецификата на Портала е, че планирането на публикациите е практически невъзможно, защото огромната част от тях се подготвят и публикуват от регистрираните организации по тяхно усмотрение (средногодишно броят публикации е 1200 – 1500). Успешно планиране постигаме в случаите, в които сме партньори на дадена организация за популяризиране на нейна кауза, инициатива и прочие. Нашето партньорство обикновено включва публикации на сайта, включване на публикациите в седмичния бюлетин, банери на сайта и постове във Facebook. Отделно от това ежедневно преценяваме кои от публикациите биха били от по-голям интерес за читателите на портала, често се свързваме с авторите с предложения за подобряване на текста, например включване на снимки, добавяне на липсваща информация и други. Личната комуникация с регистрираните НПО е съществена част от работата ни.

5. Инвестира ли организацията ви в онлайн реклама?

Незначителни средства обезпечават реклама на определени постове във Facebook. От 2019 г. сме бенефициенти на Google Ad Grants. Успяваме да оползотворим малко над половината от предоставения бюджет за реклама (10 000 щ.д. месечно). За поддържането на рекламния профил, управлението на кампаниите и създаването на нови кампании имаме нужда от професионална подкрепа.

6. Представете кратък план за работата на стажанта.

Текстът по-долу представя обобщено как си представяме работата със стажанта от гледна точка на нашите нужди. Конкретните параметри ще уточним заедно в началото на стажа.

6.1. Подготвителен етап.

- а) Запознаване на стажанта с основни характеристики на българския граждански сектор и функционирането му – правна рамка (фондации, сдружения, неформални групи), финансиране (грантове, дарения, стопанска дейност), обществени нагласи, добри и лоши практики, източници на достоверна информация и други.
- б) Запознаване с функционалностите на Портала, ролите на членовете на екипа, начините на верифициране на организации и публикации и други.
- в) Запознаване с най-активните и/или най-популярни граждански организации и каузи, отразявани от Портала, най-успешни партньорства и други.
- г) Запознаване с Facebook страницата на Портала, профила в Бизнес мениджър, типовете аудитории, начина на управление на страницата, съществуващи затруднения и прочие.
- д) Запознаване с Google Ads акаунта на Портала, съществуващите рекламни кампании, начина на управление, изискванията на Google Ad Grants към акаунта, съществуващи затруднения и прочие.
- е) Съставяне на план за работата.

6.2. Работа

Конкретните параметри ще бъдат уточнени в плана за работа. На този етап можем да определим задачите на стажанта така:

- а) Ежедневен преглед на публикациите на Портала;
- б) Идентифициране на публикации, които са подходящи за рекламиране в Google Ads и Facebook;
- в) Създаване на реклами в Google Ads и постове във Facebook;
- г) Управление на Google Ads акаунта, включително нови кампании, следене на параметрите за допустимост на Google Ad Grants (CTR, conversions, keyword score и други);
- д) Създаване на привлекателно съдържание за Facebook, различно от представянето на публикации в Портала;
- е) Идентифициране на организации с интересни инициативи, кампании и други, личен контакт с тях, съставяне на план за промоция чрез Портала и неговите канали, реализиране на плана;
- ж) Създаване/усъвършенстване на кампании за традиционните ни партньори – и НПО, и социално отговорни бизнеси – чиято дейност популяризираме;
- з) Създаване на кампании за привличане на *pro bono* автори (стажанти) на Портала;
- и) Идентифициране на организации и компании с дарителски инициативи/програми, създаване на планове за рекламни кампании, предлагане на партньорство и осъществяване на кампаниите;
- й) При интерес и възможност, създаване на рекламни банери и съдържание (текстове, снимки, видео) за Портала.

Основният екип на Портала е от двама души. Искаме стажантът да бъде пълноправен член на екипа, като заедно набелязваме предстоящите задачи, създаваме идеи, тактики и решения. По отношение на конкретните детайли на дигиталния маркетинг очакваме водещата страна да бъде стажантът, с подкрепата на менторите в програмата. Професионализъм е особено необходим при управлението на Google Ads акаунта, където неспазването на изискванията на Google Ad Grants води до отпадане от програмата.

Стажантът ще получи необходимия достъп за администрирането на всички дигитални канали, включително административния панел на Портала.