

NON-PROFIT
ALL-INCLUSIVE 

Tema 3

ATT NÅ UTT MED SITT BUDSKAP



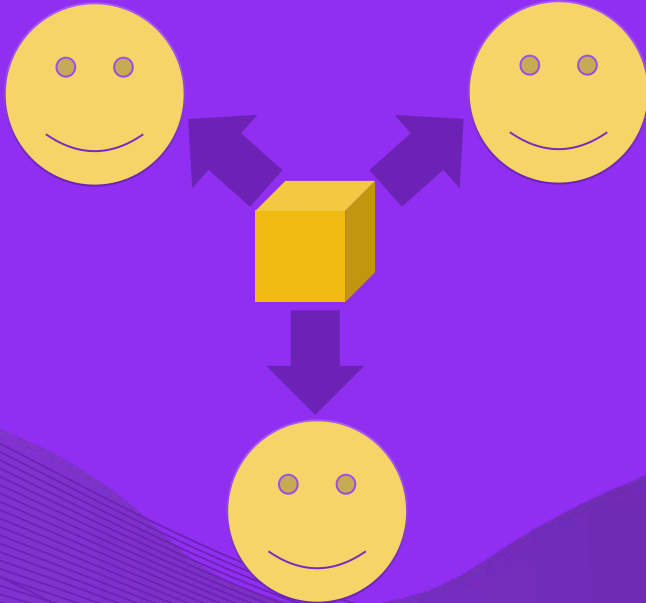
MÍROMIDA



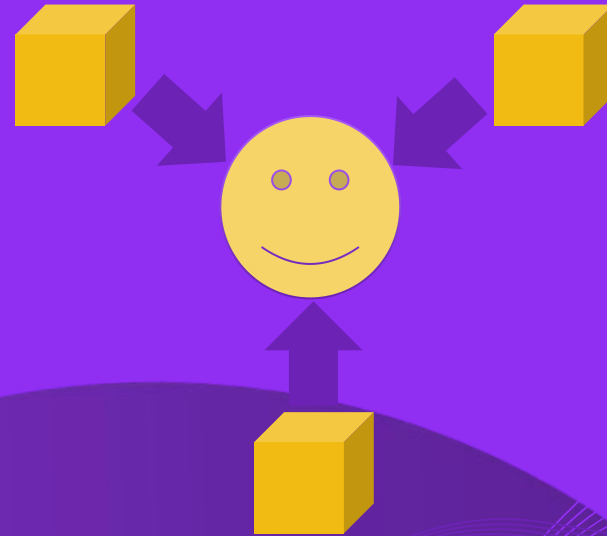
Co-funded by
the European Union

Marknadsföring vs kommunikation

Strategisk kommunikation
Organisationen i centrum



Marknadsföring
Målgruppen i centrum



Kommunikation är meningsskapande



MARKNADSKOMMUNIKATION



Faktorer som påverkar beteende

| | |
|-----------------------|--|
| Benefits | Fördelar, förmåner, vinster, "det man får" |
| Costs | Kostnader |
| Others | Andra, omgivning |
| Self-assurance | Själsäkerhet, självförtroende |

| | |
|-------------------|---------------------------------------|
| Motivation | Det är värt att göra |
| Möjlighet | Finns infrastruktur och instruktioner |
| Förmåga | Jag tror att jag kan göra det |

Strategiska angreppssätt

Formulera budskap utifrån följande strategier för att påverka målgruppen:

- Informera om hur ni har förändrat ert tillvägagångssätt så att de erbjudna fördelarna bättre bemöter målgruppens behov
- Lyfta fram fördelar som målgruppen tidigare inte känt till
- Påverka åsikter genom informationskampanjer, exempelvis för att motverka fördomar
- Rikta insatser mot personer eller grupper som påverkar målgruppen ("Others")
- Stärk målgruppens självförtroende genom uppmuntran, utbildning och stöd

BEHOV

Latenta

Uppenbara

Utifrån efterfrågan

Outvecklade

Skapa medvetenhet
Visa fördelar

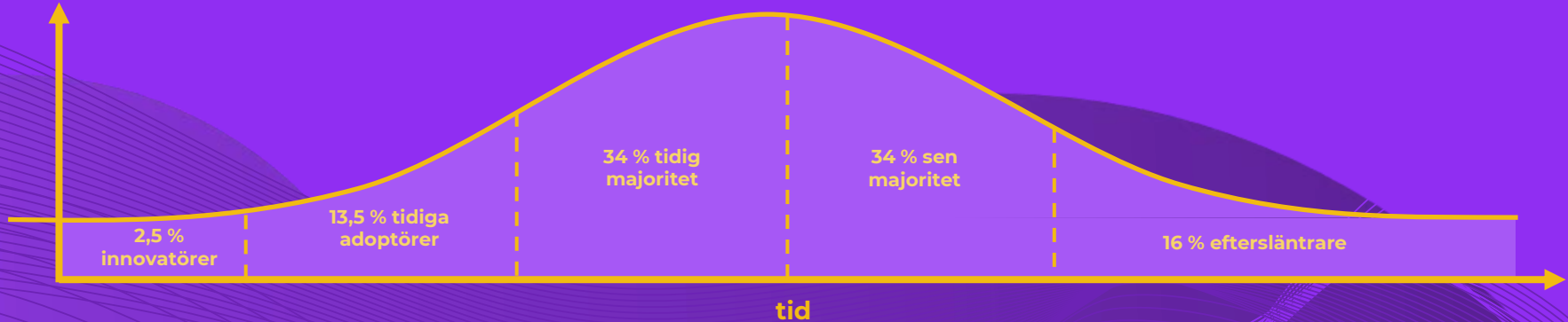
Etablerade

Erbjud konkreta lösningar

Hållbara

Effektivisera lösningar

Målgrupper utifrån behov



Produkter (varor)

En produkt (vara) är något konkret och gripbart som erbjuds för att skapa värde

Produkter (varor) är oftast sekundära och fungerar främst som stöd för den ideella organisationens (rörelsens) mission och ändamål

ATT FORMULERA BUDSKAP

för en produkt (vara)

1

Koppling till missionen

Produkten ska tydligt förmedla hur den stödjer organisationens/rörelsens ändamål och skapa en känslomässig koppling till det ideella syftet

2

Tydlighet i budskapet

Berätta hur intäkterna från produkten bidrar till verksamheten/rörelsen, så att köparen känner att de gör skillnad

3

Förtroendebyggande

Transparens är avgörande. Visa hur resurser används och förstärk trovärdighet genom storytelling, testimonials och konkreta exempel

4

Långsiktigt engagemang

Se produkten som ett sätt att skapa en djupare relation med målgruppen, där köpet kan bli en inkörsport till andra sätt att stödja organisationen eller rörelsen

Tjänster i ideella organisationer (rörelser)

- Är immateriella och oskiljaktiga från utföraren
- Varierar beroende på tidpunkt och utförare
- Försvinner vid utförandet
- Involverar mottagaren och beror på deras insats

SYNLIGGÖRA TJÄNSTER

i ideell organisation (rörelse)

1

Symbolik

Skapa materiella tecken som symboliserar tjänsten

2

Utbildning

Informera och utbilda målgrupper i hur tjänsterna används för att maximera deras värde

3

Anpassning

Justera tjänster kontinuerligt för att möta målgruppernas aktuella behov och informera om ändringar

4

Förväntningar

Sänk alltför höga förväntningar genom tydliga och realistiska budskap

Synliggöra rent beteende

Stöd ett budskap, enligt schemat nedan, med produkter (t.ex. informationsbroschyrer) eller tjänster (t.ex. rådgivning och workshops):

- Utför beteende X (eller avstå från Y) för att uppnå **följande** fördelar
- Följ våra rekommendationer för att minimera eventuella personliga kostnader **på detta sätt**
- Om andra avråder dig, kan du hantera det **så här**
- Det finns även stöd från dessa aktörer (**här är ett exempel**) – lyssna på dem
- Om du tvekar kring att uppnå resultatet, **här är tips** för att göra det enklare

MESSAGE-MAP

Kärnbudskap

Nyckelpunkter

Stödpunkter

████████████████████
████████████████████
████████████████████

Nyckelpunkter

Stödpunkter

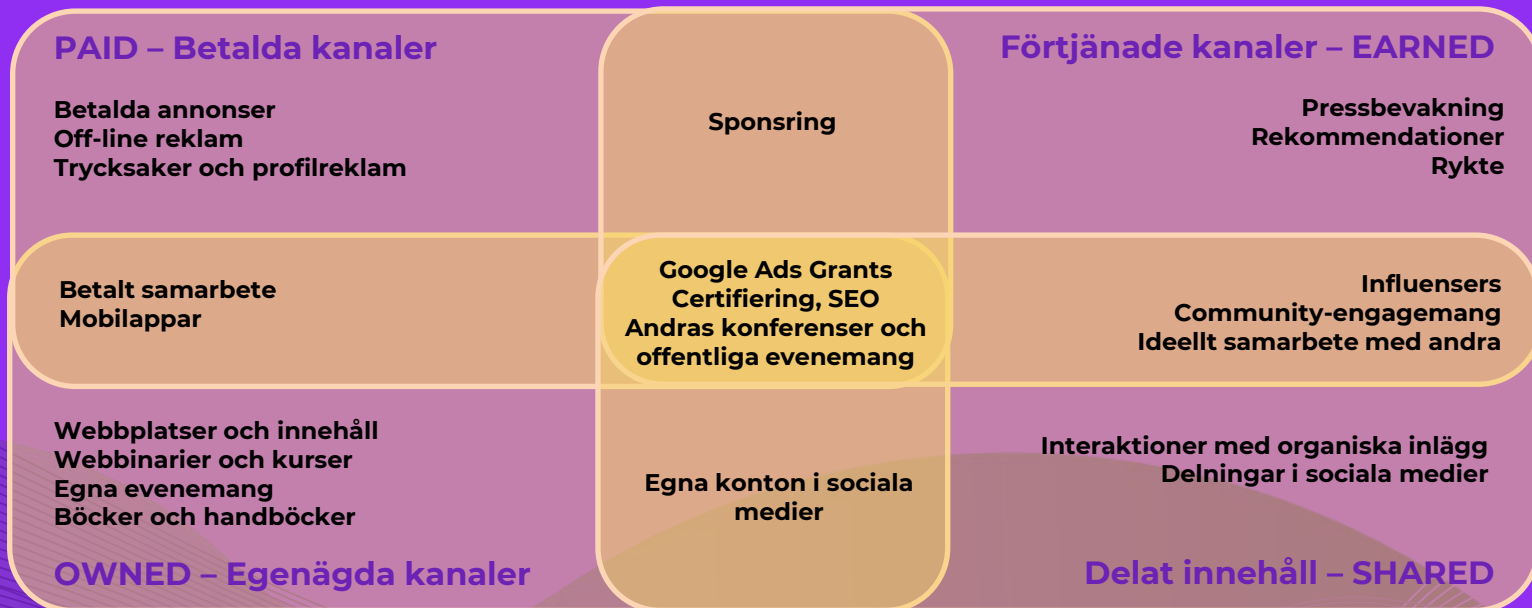
████████████████████
████████████████████
████████████████████

Exempel, fakta, rekommendationer

Stödpunkter

████████████████████
████████████████████
████████████████████

KANALER



KAMPANJPLANERING



NON-PROFIT
ALL-INCLUSIVE 

TACK!

www.ideellmarknadsforing.se



nopai@ideellmarknadsforing.se



+46(0)76-5620938



MÍROMIDA



Co-funded by
the European Union