Reinventing
FreeWebinars

CAMPAGNA DI NATALE

COME REALIZZARE UNA CAMPAGNA DI NATALE SU MISURA PER LA TUA ORGANIZZAZIONE

a cura di Chiara Angeli, Federica Dodi e Federica Tammaro

Milano – giugno 2021
Copyright Atlantis Company Srl

Indice

1. NATALE 2020 - HIGHLIGHTS
2. **CAMPAGNA DI NATALE - REGOLE DEL GIOCO**
3. **OFFERTA, CANALI, STRUMENTI E AZIONI**
4. OFFERTA: FOCUS PRODOTTI SOLIDALI
5. INTEGRAZIONE: MULTICHANNEL E CROSSCHANNEL
6. STRATEGIA DIGITALE
7. DIRECT MAILING INDIVIDUI E AZIENDE
8. EVENTI E BANCHETTI
9. SOCIAL MEDIA
10. INFLUENCER
11. UFFICIO STAMPA E RICERCA SPAZI
12. DONOR CARE
13. CONCLUSIONI

NATALE 2020 – HIGHLIGHTS

- **Raccolta fondi da individui aumentate per la maggioranza delle ONP**, soprattutto acquisti solidali in ambito digitale;
- **Raccolta Fondi da aziende in calo o stabile**;
- Ha retto all'impatto chi ha saputo **coltivare i propri donatori** (non sono stati rilevati cali drastici sui donatori fedeli all'organizzazione) e chi si è riorganizzato velocemente a livello digitale (soprattutto in ambito eventi)
- **2021** → la sfida del **territorio**

CAMPAGNA DI NATALE – REGOLE DEL GIOCO

PIANIFICARE

Il Natale arriva in estate!

Il tempismo con cui si pianifica la campagna di Natale e tutte le azioni collegate è un elemento importante e può fare la differenza nel raggiungimento dei risultati.
Fate un PROGRESS preciso di ogni singola attività per target.

TIMING

PIANIFICARE

TIMING

1. **MAGGIO**:

FASE DI PENSIERO STRATEGICO/CREATIVO e ACCORDI CON I FORNITORI

2. **GIUGNO – SETTEMBRE** :

CREAZIONE STRUMENTI

1. Catalogo prodotti
2. Mailing Cartaceo
3. Landing page
4. Etc.

3. **SETTEMBRE**:

INIZIO ATTIVITÀ TARGET AZIENDE (meglio luglio! Arrivare per primi ha il suo peso nella scelta, soprattutto per le aziende)

1. Il contatto diretto è la formula migliore – attrezzatevi per essere in grado di gestirlo

4. **OTTOBRE/NOVEMBRE**:

INIZIO ATTIVITÀ TARGET PRIVATI

1. Evitate di spedire il mailing troppo sotto data (la stessa persona riceve più mailing e chi prima arriva… ha più possibilità di redemption!).
2. Evitate di spedire DEM troppo in anticipo (preparate il terreno, ma non esagerate, novembre rimane il mese migliore per iniziare l'attività digital)
3. Non dimenticate i social media
4. Date continuità alla comunicazione integrando tutti gli strumenti nel piano generale

PIANIFICARE

Pensiero strategico e definizione del piano di azioni

Questa fase è forse quella più complessa, ma anche divertente. Non c'è una ricetta univoca.
Ogni organizzazione deve trovare **la propria strategia distintiva in base alle proprie caratteristiche**

PENSIERO STRATEGICO

PIANIFICARE

PENSIERO STRATEGICO

OBIETTIVI

- Datevi degli obiettivi: risultati di comunicazione e fundraising attesi
- Analizzate i dati dell'anno precedente – sempre! (se non li avete immaginateli in base ai dati interni a vostra disposizione).

BUDGET

- Definite un budget di spesa
- Definite le risorse interne a disposizione delle azioni (fanno parte del budget)

TARGET

- Funding mix: Individui – aziende – territorio
- La richiesta giusta alle persone giuste. Definite il target interno e potenziale è fondamentale (in base al target definirete gli strumenti migliori)

CANALI E STRUMENTI

- **Definire i canali** (es. digital) e gli strumenti (es. landing page) sulla base del target che vogliamo attivare.
- **Ogni anno sperimentate qualcosa di nuovo, anche in piccolo.**

CONCEPT E PRODUZIONE CREATIVA

Fantasia, immaginazione e creatività

A Natale è importante distinguersi, ritagliarsi uno spazio proprio che renda l'associazione immediatamente riconoscibile agli occhi dei potenziali donatori. **È il momento di mettere in gioco fantasia e creatività!**

MESSAGGIO E CREATIVITÀ

CONCEPT E PRODUZIONE CREATIVA

MESSAGGIO E CREATIVITÀ

APPROCCIO

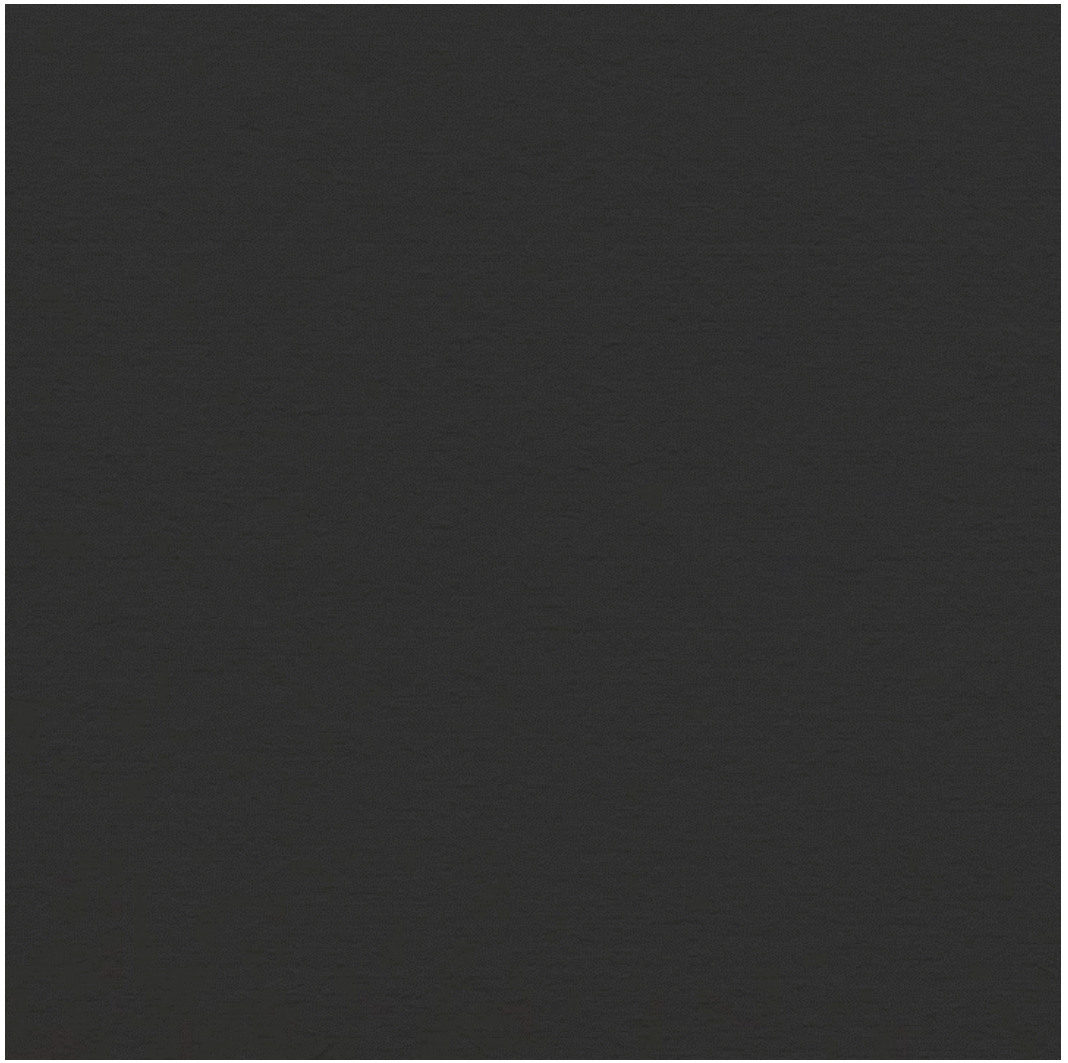
- Trasferite nel concept creativo l'elemento distintivo della vostra onp, senza dimenticarvi che è NATALE!
- Elaborate un messaggio semplice e diretto, l'importante è che vi rappresenti;
- Costruite il messaggio pensando al vostro target di riferimento;
- Se le idee non arrivano… partite dal «PERCHÉ»! Una motivazione importante può diventare una buona idea creativa;
- Coinvolgimento stakeholder - è il momento di coinvolgere colleghi, aziende, fornitori… insomma il capitale relazionale dell'organizzazione che può darvi degli ottimi spunti in fase di pensiero/brainstorming;
- Se avete budget affidatevi ad una agenzia creativa e definite in modo chiaro il brief.

DECLINAZIONE

- Per essere efficace, un messaggio deve essere facilmente declinabile su più strumenti;
- Si deve adattare alle aspettative dei diversi target;
- Il tono e il linguaggio devono essere adeguati a seconda della tipologia di strumento messo in gioco.

Innovazione e sperimentazione – pensate anche a formule di raccolta fondi originali!

AIL



LEGA DEL FILO D'ORO

La scelta strategica dei canali di promozione

Per raggiungere gli obiettivi «immaginati» è necessario stilare una lista di tutte le opportunità che abbiamo a nostra disposizione, ma anche capire come si relazionano tra di loro per dare al nostro donatore la migliore donor experience.

MULTICHANNEL
CROSSCHANNEL

COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE

MULTICHANNEL CROSSCHANNEL

La scelta dei canali per la promozione della campagna deve essere in linea con i target delineati e deve garantire ai nostri donatori o potenziali donatori l'esperienza migliore possibile.

MULTI-CHANNEL: individuate i canali

- Fisici (Banchetti, Casa propria – mailing - negozi solidali, etc.)
- Digitali (Social Media, e-mail marketing, social media contest, blogger, influencer, etc).
- Telefonici (telemarketing interno o esterno)
- Canali di comunicazione (es. Ufficio stampa, Stampa, Tv, Radio)
- Canali interni (es. sedi dell'associazione; comunicazione in strutture; etc.)

CROSS-CHANNEL: fate in modo che si «parlino» tra di loro, è l'esperienza del donatore che conta

OFFERTA, CANALI, STRUMENTI E AZIONI

PER LA TUA CAMPAGNA DI NATALE

OFFERTA DI NATALE

PRODOTTI SOLIDALI
fisici e digitali

DONAZIONI
ask Natale o istituzionali

PRODOTTI SOLIDALI

LA CHECK LIST DA RICORDARE

- I prodotti **poco Natalizi** fanno bene all'awarness, ma non si vendono. Le Borracce funzionano poco; gli gnomi funzionano molto.
- **I classici vincono sempre**, ma con attenzione alla qualità e al pack (panettone, cioccolate, etc). Un prodotto solidale è un buon prodotto!
- **Prodotto innovativi** – digitali? Sviluppate E- Card carine e innovative e ricordatevi che il margine è maggiore se impostate la strategia giusta. E. E-wishes.
- **Scegliere bene fornitori** – cercate flessibilità e possibilità di consegne dirette – poter stoccare è importante per i privati, ma non fare magazzino quando possibile (es. ordini per aziende) è un elemento importante.
- **Attenzione alla UX:** rendi facile al donatore il «processo d'acquisto»

PRODOTTI SOLIDALI

REGALI SOLIDALI
CESVI

Regali Solidali | Bomboniere Solidali | BuoneAzioni | Regali Aziendali | Lista Nozze

CHI SIAMO
FAQ
CONTATTI

REGALI AZIENDALI

Panettone Vergani

Donazione

Dal 1944 Vergani è sinonimo del vero Panettone milanese.

Genuinità delle materie prime e rispetto della ricetta originale sono gli ingredienti di un Panettone eccellente. Il vero segreto del Panettone è il **lievito naturale.**

Donazione minima richiesta: 14 euro cad.

Il prodotto è personalizzabile

RICHIEDI INFORMAZIONI

info tecniche

Panettone classico milanese 750gr

PRODOTTI SOLIDALI

Cofanetto "Buono come il pane"

500g €6,00

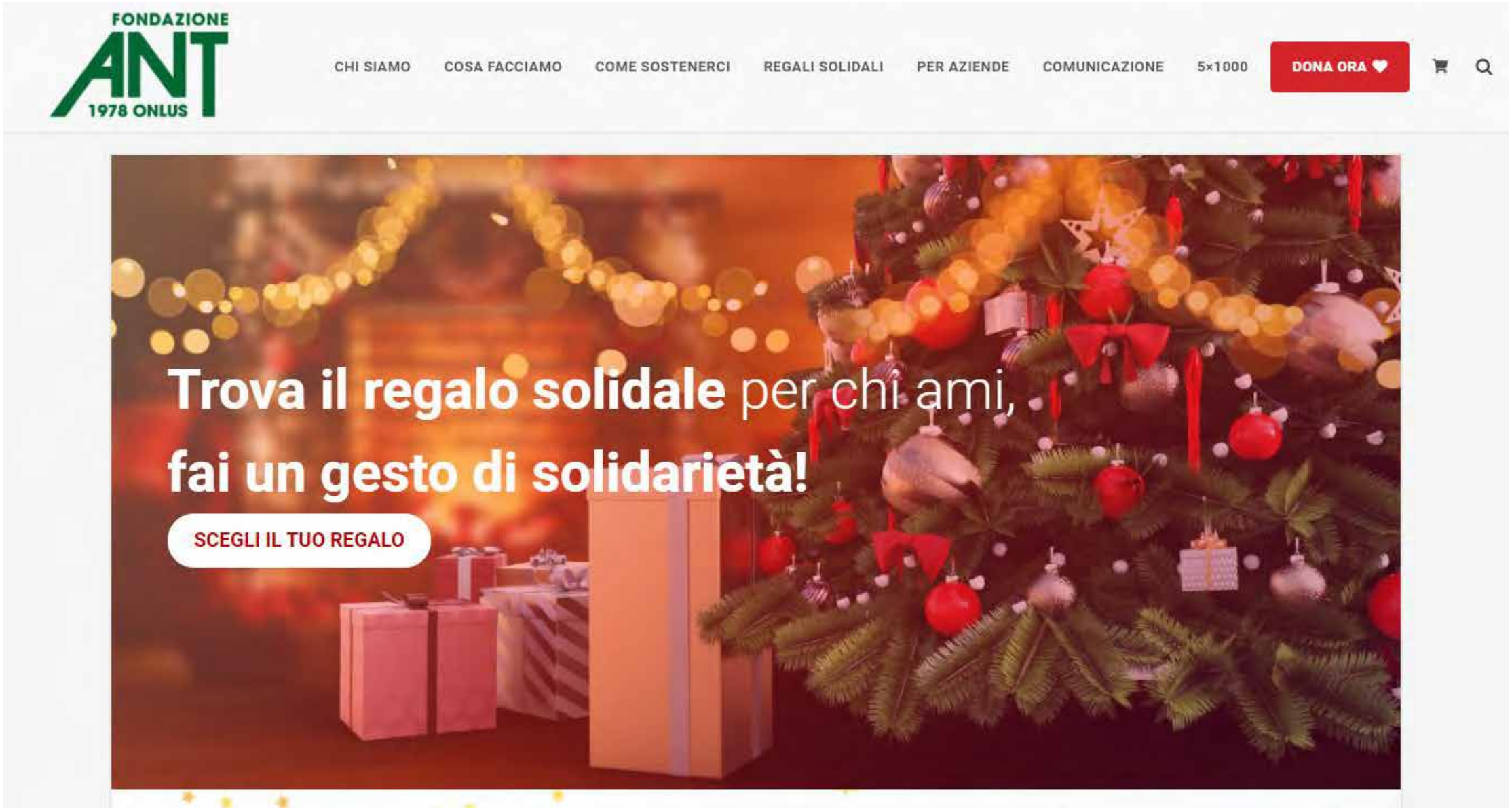
1

AGGIUNGI AL CARRELLO

Mancano €50,00 per avere la spedizione gratuita

Scopri le caratteristiche

PRODOTTI SOLIDALI



PRODOTTI SOLIDALI

Sfoglia i regali solidali ANT

Consegna gratuita

Panettoni e Pandori Maina

Ceste natalizie

PRODOTTI SOLIDALI

Panettoni e Pandori Maina

Ceste natalizie

Stelle di Natale

Cioccolatini e altre golosità

PRODOTTI SOLIDALI DIGITALI

QUESTO NATALE FAI GLI AUGURI
IN UN MODO UNICO A CHI VUOI!

PRODOTTI SOLIDALI DIGITALI

QUESTO NATALE FAI GLI AUGURI IN UN MODO UNICO A CHI VUOI!

Scegli la grafica che preferisci
e in pochi semplici passi potrai dare il tuo contributo alla ricerca scientifica contro il Covid-19.

Donazione minima: 1,00 € cad.

Personalizza

Personalizza

Personalizza

3 SEMPLICI PASSAGGI PER RENDERE SPECIALE IL NATALE DEI TUOI CARI

PRODOTTI SOLIDALI DIGITALI

1. CREA LA TUA PAGINA DI AUGURI DI NATALE

Scegli tra i **3 biglietti** proposti e segui tutti i passaggi per **personalizzare** la pagina con il nome del destinatario e un messaggio di auguri dedicato a lui.
Aggiungi anche la foto di un vostro momento speciale o un'immagine che vi rappresenta per rendere i tuoi auguri ancora più unici!

2. INVIA I TUOI AUGURI SOLIDALI

Il destinatario potrà ricevere i tuoi auguri **via mail, via sms o in entrambi i modi!**
Puoi inviare subito i tuoi auguri oppure programmare l'invio per un giorno e un'ora precisa scelta da te.

3. FAI LA TUA DONAZIONE

Controlla la pagina di auguri che hai creato, **scegli quanto donare** - a partire da € 1,00 - e completa l'invio dei tuoi auguri digitali!
Se lo desideri potrai aggiungere un'ulteriore donazione per sostenere la ricerca contro il Covid-19.

INTEGRAZIONE, MULTICHANNEL E CROSSCHANNEL

«Nessun media esiste o ha significanza da solo, ma soltanto in continuo rapporto con altri media.»

Marshall Mc Luan, 1964

STRATEGIA DIGITALE

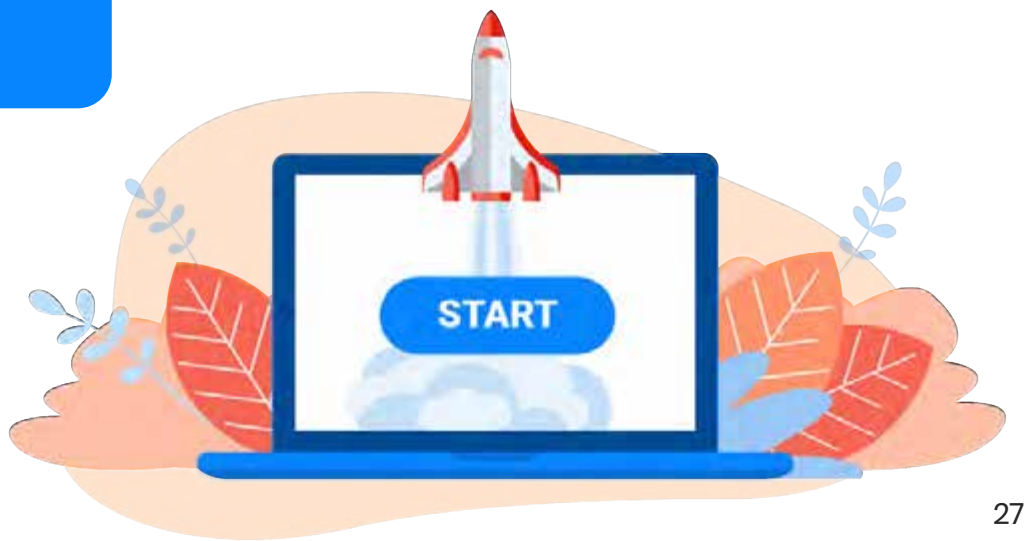
Il Natale è un momento dell'anno in cui i competitor non sono solamente rappresentati dal settore non profit.
Per sfruttare il potenziale costituito da questo periodo è necessario pianificare delle strategie di marketing online per Natale.

Da dove iniziare?
Dai SPAZIO alla tua offerta.

Crea la tua landing page di Natale: una **pagina web costruita ad hoc** per determinato obiettivo o per una specifica occasione.

Integra la campagna in un **unico spazio web**, aggiorna l'e-commerce con una sezione dedicata al Natale.

https://natale.fondazionericercamolinette.it/



STRATEGIA DIGITALE

STRATEGIA DIGITALE

STRATEGIA DIGITALE

LA RICERCA È UN REGALO CHE FA BENE, A TUTTI.

Scopri i nostri prodotti solidali Natalizi.

Fai un pensiero speciale ai tuoi cari: **un dono che sostiene la ricerca.**
Se sei un'azienda, per saperne di più o per specifiche richieste, chiamaci allo **011 4476836**.

PANETTONE TRADIZIONALE

Immancabile protagonista delle feste, **prodotto da Bonifanti** secondo l'antica tradizione artigiana e con materie prime di alta qualità. **Glassato, 750 g.**

Donazione consigliata: € 12

PANETTONCINO

Tutta la bontà del panettone tradizionale, in formato mignon. **Glassato, 130 g,** confezionato in cellophane, **con busta personalizzata.**

Donazione consigliata: € 5

STRATEGIA DIGITALE

alta qualità. **Glassato, 750 g.**

Donazione consigliata: € 12

RICHIEDI INFORMAZIONI

in cellophane, **con busta personalizzata.**

Donazione consigliata: € 5

RICHIEDI INFORMAZIONI

GIANDUIOTTI CLASSICI

130 g di dolcezza in scatolina di **latta personalizzata.**

Donazione consigliata: € 10

RICHIEDI INFORMAZIONI

MOLINESKINE

Originali da FRM, serigrafate su **carta riciclata** in due versioni, cuore e cervello. 60 pagine bianche per annotare tutto quello che ti passa per la testa. **Dimensioni: 10×15 cm**. Confezione in plastica trasparente.

Donazione consigliata: € 10

RICHIEDI INFORMAZIONI

STRATEGIA DIGITALE

BIGLIETTI NATALIZI

Grafiche belle ed originali per i tuoi auguri che aiutano la Ricerca. **Biglietto con busta bianca.**

Donazione consigliata: € 1,70

RICHIEDI INFORMAZIONI

E-CARD

Scegli le **e-card solidali** di Fondazione Ricerca Molinette per fare i tuoi auguri ai tuoi cari. Le e-card solidali sono **personalizzabili con il tuo nome e il nome del destinatario** dei tuoi auguri.

Donazione consigliata: € 2

RICHIEDI INFORMAZIONI

STRATEGIA DIGITALE

RICHIEDI UN ORDINE O SOLO UN'INFORMAZIONE

Se sei interessato a effettuare un ordine, o se vuoi soltanto ricevere facilmente informazioni sui nostri prodotti solidali, contattaci attraverso questo form compilando i campi di seguito. Ti risponderemo al più presto!

Nome*

Cognome*

E-mail*

Numero di telefono*

Sono interessato a:

Quantità

Panettone tradizionale

Panettoncino

Gianduiotti classici

Molineskine

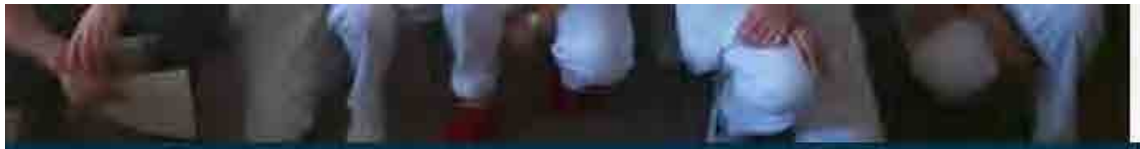
STRATEGIA DIGITALE

SCEGLI DI SOSTENERE LA RICERCA

Perché è importante donare per la ricerca? Scopri la testimonianza dell'équipe del COES
e perché sostenere i progetti dei nostri ricercatori è fondamentale.

IL COES – Centro Oncologico ed Ematologico Subalpino delle Molinette è uno di quei luoghi in cui laboratorio e letto del paziente sono più vicini, grazie alla ricerca clinica e sperimentale.

STRATEGIA DIGITALE



SOSTIENI LA RICERCA

SEI UN'AZIENDA?

Per Natale scegli le nostre proposte per i tuoi clienti e collaboratori.
I nostri regali Natalizi e biglietti augurali sono personalizzabili con il logo e il nome della tua azienda.
Se vuoi sostituire il regalo aziendale con una donazione, ti invieremo le lettere personalizzabili da inviare a tutti i tuoi destinatari.

CLICCA QUI per scaricare il catalogo 2020.
Oppure contatta il nostro team:regali@fondazionericercamolinette.it Tel. 011 44 76 835.

FONDAZIONERICERCAMOLINETTE onlus

CONTATTI

Via Valeggio 41 - 10129 Torino

+39 011 447 6835

frm@fondazionericercamolinette.it

STRATEGIA DIGITALE

Tutti i canali a tua disposizione dovranno indirizzare l'utente all'offerta Natalizia in ottica integrata, in particolare:

- **SITO ISTITUZIONALE**: «Natalizza» il tuo sito istituzionale: **banner in home page** con link alla landing page di Natale.
- **SOCIAL MEDIA**: cambia l'immagine di copertina, e inizia a **pubblicare post** a tema (adv e organico) mostrando la tua offerta.
- **GOOGLE ADS:** crea delle **campagne pubblicitarie mirate** a determinati target di utenza e obiettivi, annunci di testo, banner e rich-media ad.
- **DIRECT MARKETING**: realizza un piano DEM (e sms) per il tuo pubblico interno, database donatori e prospect.

Fai crescere il tuo brand durante tutto l'anno!

STRATEGIA DIGITALE

IL PIANO DEM

- È importante pianificare e calendarizzare in un **progress dedicato** tutte le comunicazioni DEM dedicate alla promozione del Natale
- Considera i **target** e delle comunicazioni dedicate
- Il **target aziende** seguirà un suo ciclo di comunicazione, diversificato rispetto agli individui
- Comunica **tutta la tua offerta** con dei focus specifici
- **Differenzia** le comunicazioni a seconda del target, donatori o prospect
- Monitora le **statistiche** (OR, CTR e conversion) e fai i recall
- Testa **subject** e personalizza!

STRATEGIA DIGITALE

IL VIDEO

- Strumento da utilizzare sui **canali digitali**: dal sito Internet ai social network
- Il video aiuta a **comunicare l'offerta** ma serve anche per fare **brand awareness**
- **Storytelling ed emozione**, non servono grandi budget ma ingredienti chiave
- Il video deve comunicare il **vantaggio dell'azione del donatore**
- **A seconda dell'utilizzo**, realizza dei video adatti al canale di promozione

MAILING NATALE – INDIVIDUI

MAILING NATALE – AZIENDE

MAILING NATALE - CHECKLIST

1. **“Natalizza”: parla di quanto è importante l’aiuto del tuo donatore proprio a Natale**
2. **La tua lettera deve assomigliare proprio ad una lettera!**
3. Il linguaggio adottato deve essere semplice e adatto al target
4. Fornisci dati e informazioni sul progetto da sostenere, ma non esagerare con i numeri
5. Inserisci nomi e citazioni: contestualizza
6. **Ricorda sempre: le persone donano alle persone**
7. **Fai paragrafi brevi e stressa i concetti principali**
8. Personalizza il più possibile la lettera e tutti i pezzi che l’accompagnano
9. Spiega in modo chiaro al lettore le azioni che deve intraprendere
10. Inserisci sempre un PS a fine lettera per enfatizzare un elemento importante
11. **Inserisci elementi natalizi, ad esempio i biglietti di Natale come reward (individui)**
12. **Ricorda di inserire il catalogo dei tuoi prodotti e il modulo d’ordine (aziende)**
13. **Rifletti bene sulla CTA della busta, è la prima cosa che si vede!**

EVENTI E BANCHETTI

CENE ED EVENTI PER GRANDI DONATORI

CHARITY SHOP E BANCHETTI

PACCHETTI DI NATALE

Nel **2020**, a causa della pandemia, non è stato possibile organizzare alcun tipo di evento o iniziativa «fisica». Per coloro che hanno sempre investito in questo tipo di attività è stata di fondamentale importanza la **tempestività nel declinare online gli eventi offline**.

IL CASO CAF ONLUS

CENA DI NATALE

Eventi per Bene a casa tua

15 dicembre 2020

SOCIAL

PIANO ORGANICO

- Inserisci i prodotti solidali nei tuo shop su Facebook e Instagram e prevedi qualche post in organico.
- Ricorda di utilizzare belle fotografie che valorizzino il prodotto.
- Arricchisci il tuo piano editoriale con tante storie e testimonianze delle persone che hai già aiutato.

CAMPAGNA SPONSORIZZATA

- Promuovi i tuoi prodotti con un carosello o uno slideshow animato.
- Realizza grafiche d'impatto, che ti distinguano dagli altri.
- Attenzione al target e al budget.
- Monitorate i risultati!

INFLUENCER

In occasione del Natale è possibile attivare uno o più **personaggi pubblici attivi sui social** per promuovere l'offerta natalizia dell'organizzazione e dare ulteriore visibilità ai prodotti solidali.

IN QUALE MODO?

- Condivisione di post o stories in cui vengono mostrati i prodotti solidali
- Condivisione di contenuti originali rielaborati dall'influencer per comunicare il messaggio in modo efficace per la sua rete di contatti

COME SCEGLIERLO?

- Notorietà
- Reputazione
- Vicinanza alla mission
- Budget

IL CASO DOTTOR SORRISO

Esempi

STORIES E CONTENUTI SOCIAL INFLUENCER

UFFICIO STAMPA E SPAZI GRATUITI

Non dimenticate di promuovere la vostra offerta natalizia con un ufficio stampa mirato.

Un'attività di ufficio stampa e di ricerca spazi può aiutare a dare visibilità ai prodotti solidali grazie all'inserimento degli stessi in gallery, vetrine e speciali a tema, su testate nazionali e locali, online e cartacee (settimanali, mensili e riviste di categoria).

Se la struttura della onp lo consente e avete budget a disposizione una **pianificazione media** diventa una scelta strategica che può portare ottimi risultati alla vostra campagna natalizia.

UFFICIO STAMPA E SPAZI GRATUITI

GRAZIA

Natale 2020: idee regalo solidali online da fare subito

Fondazione Dottor Sorriso che da 20 anni **dona sorrisi ai bambini in ospedale** grazie all'intervento di clown-terapeuti professionisti, propone quest'anno **prodotti golosi e gadget originali**, tra cui il panettone in latta, la tradizionale tisana natalizia e i simpatici segnaposto a forma di gnomo.

Vigilia

ELLE GOURMET

Eva CUCINA

Un regalo che conta

OGGI

Lotta al cancro anche nelle feste

COSE di CASA

In primo piano

PENSIERI SOLIDALI

Ci sono regali dal grande valore simbolico perché contribuiscono a realizzare progetti concreti. Con la possibilità, inoltre, di fare comodi acquisti online

DONOR CARE

Il Donor Care è una delle migliori strategie di Natale.

RINGRAZIARE VI PORTERÀ GRANDI RISULTATI!

TELEMARKETING

Una buona occasione per avere un contatto diretto con i donatori. Da una telefonata di auguri e di ringraziamento può arrivare anche una donazione!

ATTIVITÀ DIGITALI INTEGRATE

Il Natale è un buon momento per ringraziare in modo innovativo e originale! La personalizzazione dei nostri momenti di contatto è sempre un valore aggiunto!

DONOR CARE – DIRECT VIDEO CESVI

cesvi

Ciao Elena e Placido,

anche quest'anno vogliamo ringraziarvi di cuore perché avete donato un futuro migliore ai bambini delle Case del Sorriso in tutto il mondo.

Proprio per questo motivo vi abbiamo dedicato un messaggio importante e a leggervelo sarà una persona speciale...

Guardate il video dedicato solo a voi!

Scegliete il vostro biglietto di auguri natalizi!

Elena e Placido, scegliete uno tra i **3 biglietti** di Cesvi proposti di seguito e augurate buone feste a tutti i vostri cari con un messaggio di speranza per il mondo. **Compilate il form**, riceverete subito il bigliettino via mail e/o sms da condividere con tutte le persone a cui volete bene!

DONOR CARE – DIRECT VIDEO CESVI

Scegliete il vostro biglietto di auguri natalizi!

Elena e Placido, scegliete uno tra i **3 biglietti** di Cesvi proposti di seguito e augurate buone feste a tutti i vostri cari con un messaggio di speranza per il mondo. **Compilate il form**, riceverete subito il bigliettino via mail e/o sms da condividere con tutte le persone a cui volete bene!

SCEGLI

SCEGLI

SCEGLI

DONOR CARE – DIRECT VIDEO CESVI

DONOR CARE – DIRECT VIDEO AVSI

Maurizio e Placido,

i bambini di AVSI hanno ancora bisogno di voi.
Se non lo avete ancora fatto, **rinnovate il vostro sostegno** qui, utilizzando il codice di rinnovo, oppure mettetevi in contatto con noi al numero **0547360811**.

Il vostro codice rinnovo è

RINNOVA ORA IL TUO SOSTEGNO

Maurizio e Placido,

ORA TOCCA A VOI!

Rendete speciali i vostri auguri di Buon Natale: **scegliete una tra queste cartoline e inviatela** via Whatsapp, oppure pubblicatela su Facebook per condividere un messaggio di speranza con i vostri cari!

Allargate lo sguardo e donate speranza a

DONOR CARE – DIRECT VIDEO AVSI

Maurizio e Placido,

ORA TOCCA A VOI!

Rendete speciali i vostri auguri di Buon Natale: **scegliete una tra queste cartoline e inviatela** via Whatsapp, oppure pubblicatela su Facebook per condividere un messaggio di speranza con i vostri cari!

Allargate lo sguardo e donate speranza a chi ha più bisogno!
Inviate ora la vostra cartolina!

INFINE, PRIMA DI INIZIARE...

Preparatevi per tempo: **rimpolpate il vostro database!**

In estate-autunno, prima del lancio della vostra campagna di Natale, acquisite nuovi contatti utili. Con una campagna di lead generation pensata ad hoc o una campagna Facebook Leads aggiungerete al vostro database nuovi prospect da coltivare e agganciare in seguito durante il periodo natalizio. Basterà pensare ad un lead magnet attrattivo, un contenuto di valore, un contenuto da scaricare...

CONTATTI

CHIARA ANGELI

Client service director

chiara.angeli@atlantiscompany.it

FEDERICA DODI

Fundraising specialist

federica.dodi@atlantiscompany.it

FEDERICA TAMMARO

Fundraising specialist

federica.tammaro@atlantiscompany.it

Contattaci

+39 02 36752960

info@atlantiscompany.it

atlantisnonprofit

Atlantis Company

www.atlantiscompany.it

Diamo energia alla solidarietà

Atlantis Company Srl

Via Camillo F. Aprile, 5 – 20124, Milano – Italia

P. Iva 08885760960