



## Digital Advantage Benchmarking 2017

Vi presenterer den første benchmarkanalysen av norske nonprofit-organisasjoners innsats og prestasjoner i digital fundraising og mobilisering. Sammen med deg vil vi finne svar på viktige spørsmål om online prestasjon og gi dere et bedre grunnlag for å ta beslutninger og være i stand til å bruke tid og ressurser optimalt.

### Hvorfor benchmarking?

Fordi kunnskap er viktig. Både kunnskap om vår egne digitale innsats, men også om andres prestasjoner i bransjen. Kunnskap som gjør oss i stand til å løfte våre resultater og ta de rette beslutningene.

Hva slags resultater oppnår de andre organisasjonene? Hvor mange donasjoner er det mulig å få på nettstedet? Hva oppnår vi med våre nyhetsbrev? Kan vi bli bedre på Facebook og andre sosiale medier? Hvilke kanaler er viktigst i vår bransje? Kan vi bruke vår Adwords bedre?

De spørsmålene og mange flere dukker opp igjen og igjen for non-profit-organisasjoner som jobber med digital fundraising. De er vanskelig å svare på, fordi per i dag finnes det ingen benchmark-analyse av non-profit-sektoren innenfor digitale medier og fundraising.

I 2016 endret vi det i Danmark med den første Digital Advantage, og nå gjør vi det samme i Norge.

### Hva inneholder Digital Advantage?

Digital Advantage gir deg nøkkeltall og pekere som hjelper deg med å svare på viktige spørsmål om komparativ ytelse og optimalisering. I rapporten ser vi blant annet på:

#### Strategi

- ✓ Strategiutvikling i digital fundraising
- ✓ Fordeling av ressurser
- ✓ Overvåking av digitale aktiviteter
- ✓ Budsjettering

#### Nettsted

- ✓ Volum og kvalitet på trafikken
- ✓ Trafikkdrivere til nettstedet
- ✓ Konversjonsrate på donasjonssidene
- ✓ Innsamling av leads

#### Sosiale medier

- ✓ Engasjement, vekst og frafall
- ✓ Typer oppslag, hyppighet og innhold

- ✓ Valg av sosiale medier og ressursfordeling
- ✓ Reklame og budsjett

#### E-post

- ✓ Frekvens, åpningsgrad og klikkrater
- ✓ Oppsett av nyhetsbrev og valg av innhold og lenker
- ✓ Antall e-postmottakere, vekst og frafall

#### Google Adwords

- ✓ Bruk av Google Grants
- ✓ Klikkvolum og frekvens, plassering og pris
- ✓ Oppsett av kampanjer, grupper og annonser
- ✓ Retargeting og Display Ads

#### Rapporten inneholder:

- Sammendrag av trender og konklusjoner.
- Fem kapitler med oversikt over KPIer for områdene strategi, sosiale medier, nettside, e-post /nyhetsbrev og Google Adwords.
- Analyse av dataene og identifisering av best practice i hvert felt, og årsaksforhold på tvers av områder.
- Komparative evt sammenligbare nøkkeltall for deg i forhold til alle deltakende organisasjoner.
- Sammenlignbare tall mellom din og tre organisasjoner, som du velger blant deltakerne.  
(Du ser ikke individuelle data, men det samlede gjennomsnitt for de andre.)

#### Hvordan gjør vi det?

Vi samler inn data som dekker analyseperioden fra 1. september 2016 til 31. august 2017.

Du velger om du eller vi er ansvarlige for å samle inn data. Vi gjør prosessen enklere for deg med grundige instruksjoner og løpende support. I tillegg fyller du ut et spørreskjema.

Deretter sammenligner og analyserer vi nøkkeltall og produserer din unike rapport. Vi samler inn data, som dekker perioden vi analyserer (1. september 2016 til 31. august 2017).

Vi gjennomgår metode og hovedkonklusjonene i en presentasjon til november 2017 i Oslo.

Dine data vil ikke bli utlevert til tredjepart. De spesifikke tallene for din organisasjon vil bare være tilgjengelig i din utgave av rapporten. Dataene anonymiseres.

#### Jeg er med! Hva gjør jeg nå?

Send mail til Jeppe Rasmussen (jeppe@agencyscandinavia.com), og så er din organisasjon med! Vi vil kontakte deg om detaljene.

Du kan også ringe oss på +45 31 26 96 75, hvis du har spørsmål eller ønsker å høre mer.

Prisen på analysen og rapporten er NOK 18.000

#### Et nytt byrå med erfarne folk står bak rapporten

The Agency Scandinavia spesialiserer seg på rådgivning om mobilisering og fundraising til non-profit-organisasjoner. Vi har nasjonal og internasjonal erfaring med strategiutvikling, markedsføring og salg og retention.

Vi har spesialisert oss i å forstå de utfordringene, som organisasjoner står overfor i dag, og hvilke verktøy som er nødvendige for å løse dem. Du kan lese mer om oss på [agencyscandinavia.com](http://agencyscandinavia.com).