



Marketing Automation am Beispiel der Krebsliga

Steff Kerkhof | Leiter digitale Projekte, Krebsliga Schweiz | steff.kerkhof@krebsliga.ch | 15. Juni 2023

Agenda

1. Was wir heute erreichen wollen
2. Marketing Automation
3. Ziele von MA
4. Herausforderungen
5. Komponenten
6. Trigger
7. Praxis Cases Krebsliga Schweiz
8. Best Practices

Was wir heute erreichen wollen

Du bist in der Lage, den Begriff
Marketing Automation
zu erklären

Die wichtigsten
Anwendungen
sind dir bekannt

Du kennst die
Komponenten
einer Marketing Automation

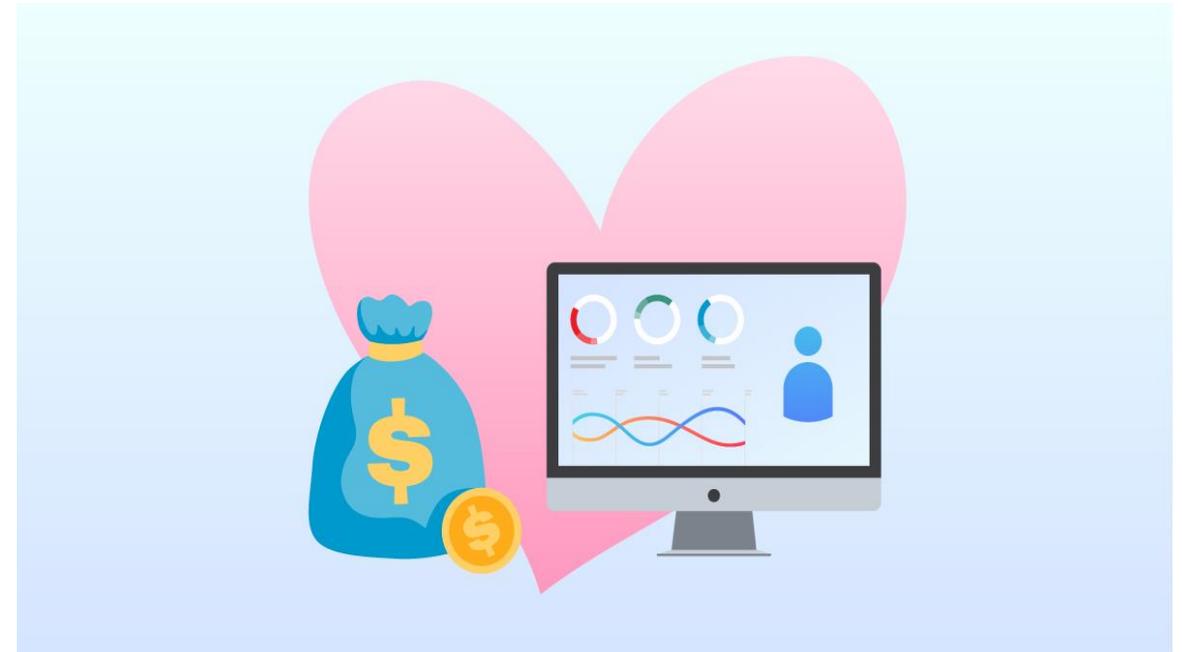
Du hast konkrete Ideen für
Massnahmen
in deiner Organisation

Marketing Automation?

Im Kontext einer Non-Profit-Organisation bedeutet Marketing Automation **die automatisierte Steuerung von Fundraising-, Kommunikations- und Marketingprozessen.**

Übergeordnete Ziele können sein:

- Aufbau und Pflege von **Spenderbeziehungen**
- **Spenderbindung** erhöhen
- **Einsparung von Ressourcen** einsparen (Zeit, Geld, Personal)
- **Zeitorientierte** Kommunikation



[Bildquelle](#)

Ziele von Marketing Automation

Lead
Generation

Lead
Nurturing

Neue
Spender/-
innen

Produkt-
verkauf

Folge-
spende und
Upgrades

Interaktion
und
Engage-
ment

Herausforderungen der Marketing Automation

- Datenstruktur und **Know-how über die Daten**
- **Schnittstellen** (API) zwischen Systemen (z.B. CRM und E-Mail-Marketing-Tool)
- **Technische Kenntnisse** der verantwortlichen Personen
- **Ressourcen** (Personal und Budget)
- Kenntnis der **Möglichkeiten**
- **Donor Journey**: Was möchte ich erreichen? Wo beginnt die Reise?
- **Kultur** des Ausprobierens / Mut zur Lücke /

Komponenten einer Marketing Automation

- **Ziel** -> Was möchte ich erreichen?
- **Zielgruppe** -> Wen möchte ich erreichen?
- **Trigger** -> Was ist der Start(-event) meiner Kampagne
- **Kanäle** -> Wo spreche ich die Zielgruppe an?
- **Content** -> Womit spreche ich die Zielgruppe an?
- **Reporting** -> Wie messe ich den Erfolg?

Trigger einer Marketing Automation

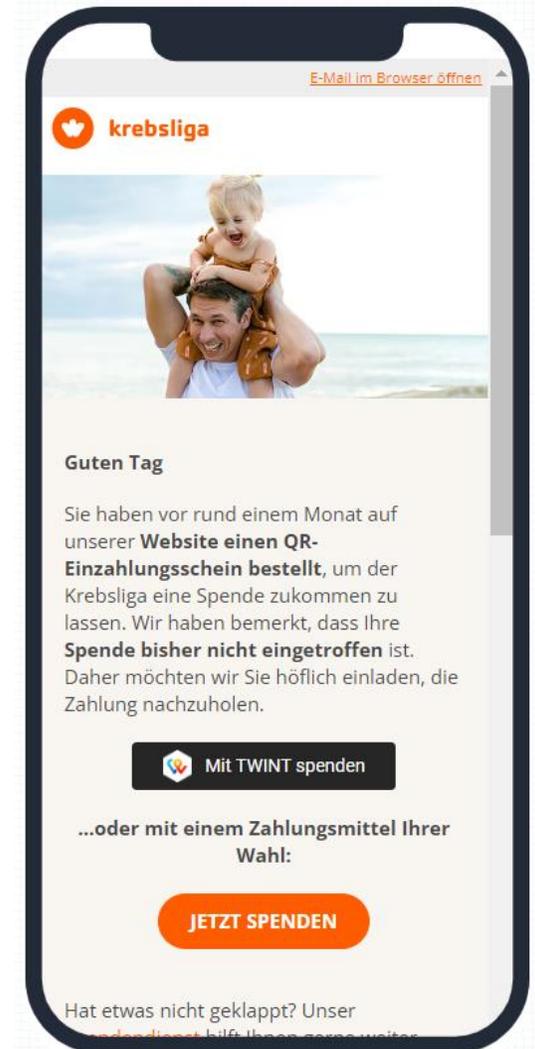
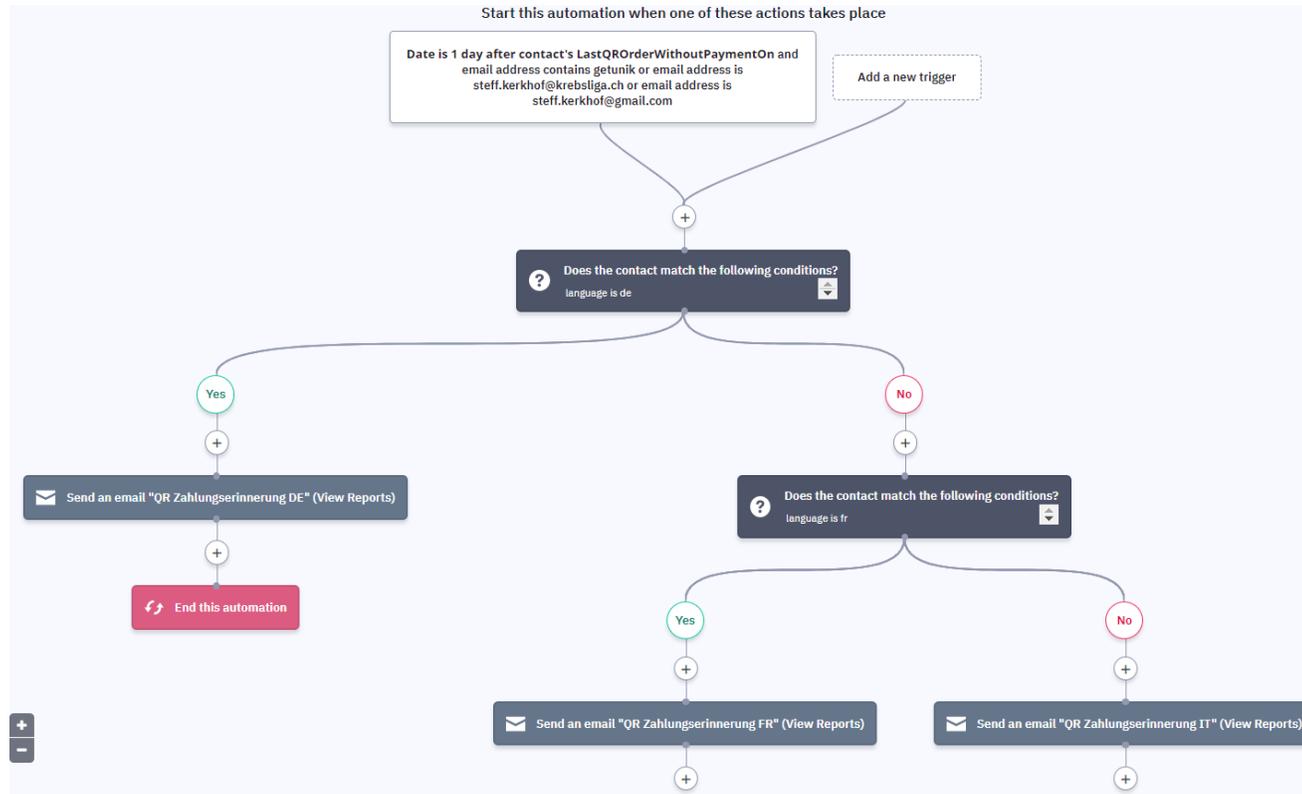
- Newsletter-Anmeldungen
- Erstspenden
- Besuch meiner Website oder bestimmter Seiten auf der Website
- Online Anmeldung für einen Event
- Interaktionen in sozialen Medien (z.B. Videoaufrufe, Seitenbesuche...) -> Meta Business Manager
- Klicks auf Online-Werbung (Display, Programmatic, SEA, ...).
- Geburtstage oder Jubiläen von Spender:innen oder Unterstützer:innen

Praxis Cases Krebsliga Schweiz

1. QR-Zahlungserinnerung
2. Opt-out E-Mail
3. Failed Donation
4. FB Lead Ad E-Mail Journey
5. Upgrade zu regelmässiger Spende

AC

QR-Zahlungserinnerung

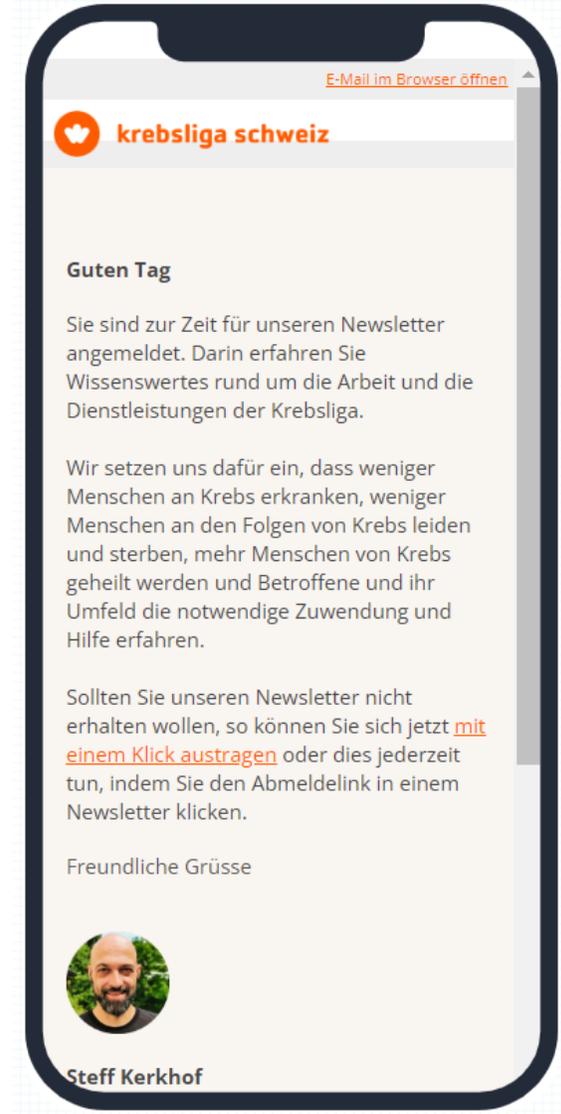
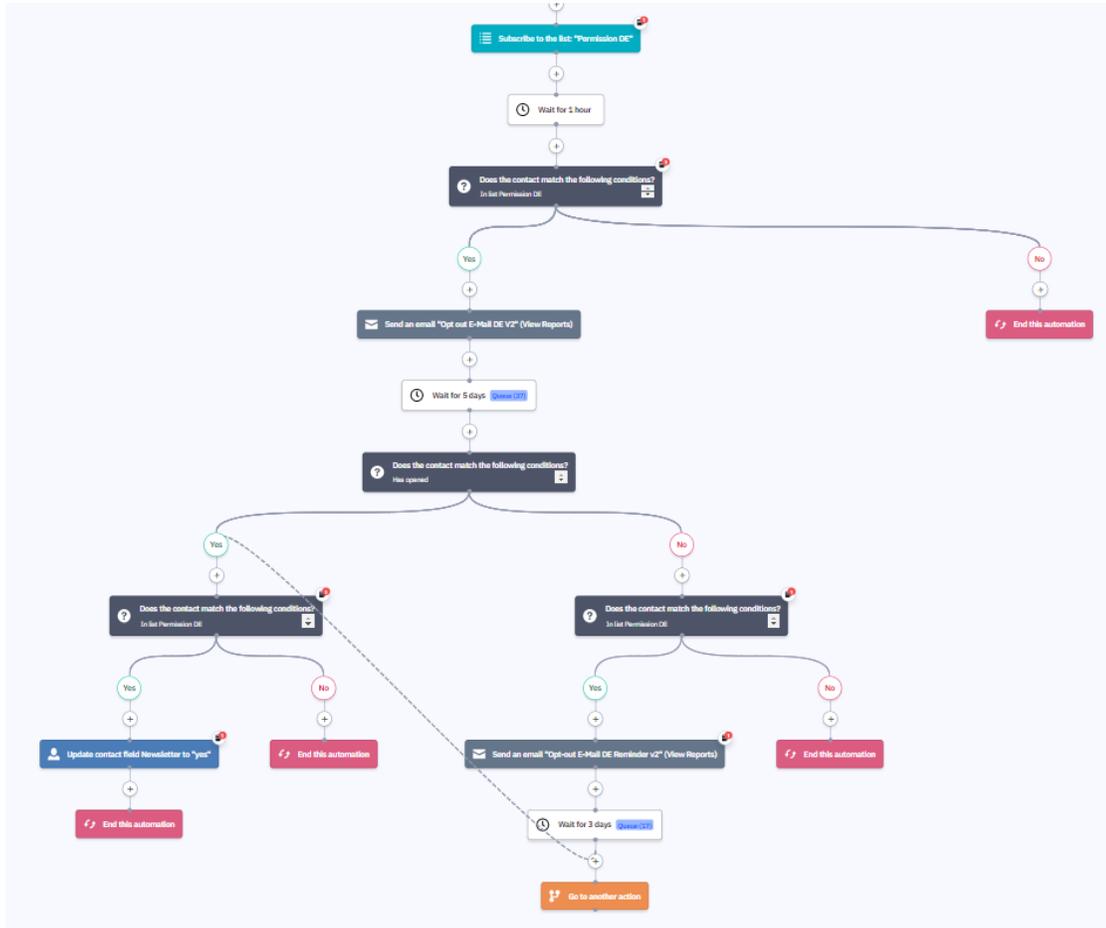


QR-Zahlungserinnerung

Case: Personen, die online einen QR-Einzahlungsschein bestellt haben und von denen nach einer definierten Zeitdauer keine Spende eingegangen ist, bekommen eine freundliche Erinnerung per E-Mail.

- **Ziel:** Zahlung erfolgt
- **Zielgruppe:** Bezüger:innen eines QR-Einzahlungsscheins, deren Spende nach 40 Tagen nicht eingetroffen ist.
- **Kanäle:** E-Mail
- **Trigger:** Bestelldatum des QR-Einzahlungsscheins
- **Content:** Freundliche Erinnerung, die Spende nachzuholen
- **Reporting:** Active Campaign

Opt-out E-Mail

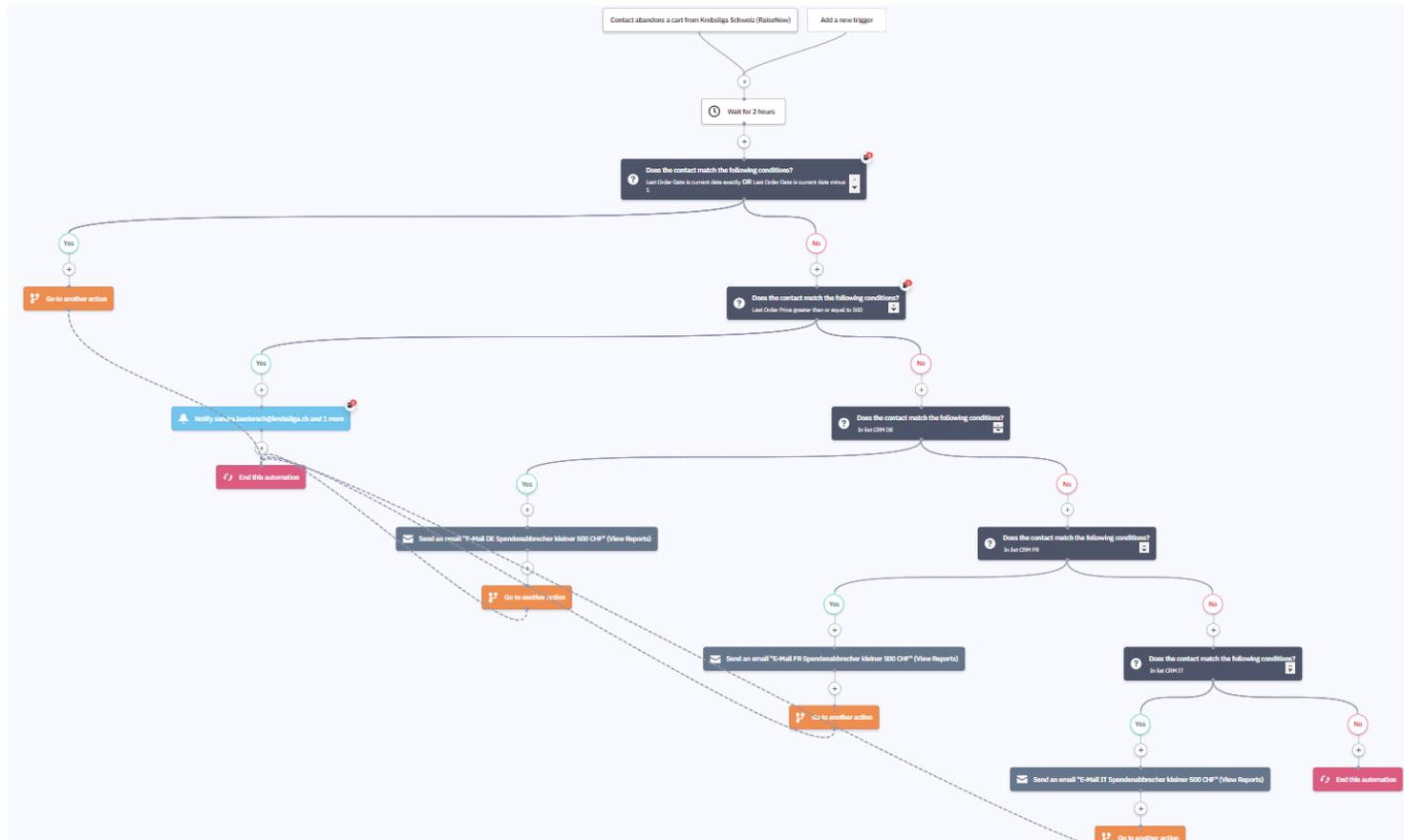


Opt-out E-Mail

Case: E-Mail-Adressen werden für den Newsletter abonniert und informiert, dass sie sich jederzeit abmelden können. Inklusive Reminder-E-Mail.

- **Ziel:** Neue E-Mail-Adressen bleiben abonniert. Abonent:innen werden über Abo in Kenntnis gesetzt.
- **Zielgruppe:** Menschen, deren E-Mail-Adresse in unser System gelangt ist.
- **Kanäle:** E-Mail
- **Trigger:** Neues E-Mail im System
- **Content:** Du bist abonniert, kannst dich aber mit einem Klick abmelden.
- **Reporting:** Active Campaign

Failed Donation Follow-up



Failed Donation Follow-up

Case: Fehlgeschlagene Spenden (Zahlungsmittel funktionierte nicht) werden kontaktiert mit der Absicht, die Spender:innen zu einem weiteren Versuch zu bewegen.

- **Ziel:** Spende wird nachgeholt
- **Zielgruppe:** Spender, deren Zahlungsmittel nicht funktioniert hat
- **Kanäle:** E-Mail
- **Trigger:** Failed Donation Datum und Betrag
- **Content:** Bitte, es nochmals zu versuchen. Anbieten von Hilfe durch Spendendienst.
- **Reporting:** Active Campaign

Lead Ads Journey



Screen 1: krebsliga. Gemeinsam gegen Brustkrebs. Video thumbnail with play button. Text: %grussformel_it_nina% Kennst du das auch? Du lebst, als würdest dein Leben ewig dauern. Und als wäre **gesunder Körper eine Selbstverständlichkeit**. So war es zumindest bei mir. Doch dann spürst du eines Tages einen Knoten in der Brust nichts ist mehr, wie es war. Meine Brustkrebsdiagnose erschütterte mich **wie ein Erdbeben**. Alles stand still. Und ich fragte mich bang: **Was jetzt?** Singen, positiv denken und über den Tag reden – das hat mir geholfen. Mama was hätte ich bloss **ohne meine Freude** gemacht? Sie hatten immer Zeit für mich, haben mir stundenlang zugehört, mich unterstützt und mir Mut gemacht. So ist es auch heute noch. **Was ich damals nicht wusste: Die Krebsliga**

Screen 2: krebsliga. Gemeinsam gegen Brustkrebs. Video thumbnail. Text: %grussformel_it_nina% Es war sonnig, ein Tag, der nach Frühling roch. Draussen spielten Kinder. Und drinnen sagte mir meine Frauenärztin: Ich hätte Brustkrebs. In diesem Moment dachte ich nichts, **nur Leere**. Doch bald **kroch die Angst in meine Gedanken**: Was, wenn mein Krebs aggressiver ist? Was, wenn ich sterbe? Jeden Tag erhalten in der Schweiz etwa 100 Frauen eine Brustkrebsdiagnose – alt oder jung. **Rund 15 überleben ihren Krebs**, so wie ich. **Was für ein Geschenk** ist das? Heute weiss ich: **Je früher du Krebs entdeckst, desto besser**

Screen 3: krebsliga. Gemeinsam gegen Brustkrebs. Video thumbnail. Text: %grussformel_it_nina% Weisst du, wie ich meinen Brustkrebs entdeckt habe? Beim **monatlichen Abtasten meiner Brust**. Als ich einen kleinen Knoten spürte, wusste ich sofort: Da ist etwas nicht in Ordnung. Und ich habe leider recht. Schon als junge Frau habe ich angefangen, meine Brust regelmässig abzutasten. **Der beste Zeitpunkt ist etwa eine Woche nach Beginn der Menstruation**. Nach der Menopause untersuchst du dich einfach einmal pro Monat. **So gehst du vor:** • Hebe deinen Arm und suche Achselhöhlen ab. • **Drück dich selbst ab.** • **Drück dich selbst ab.**

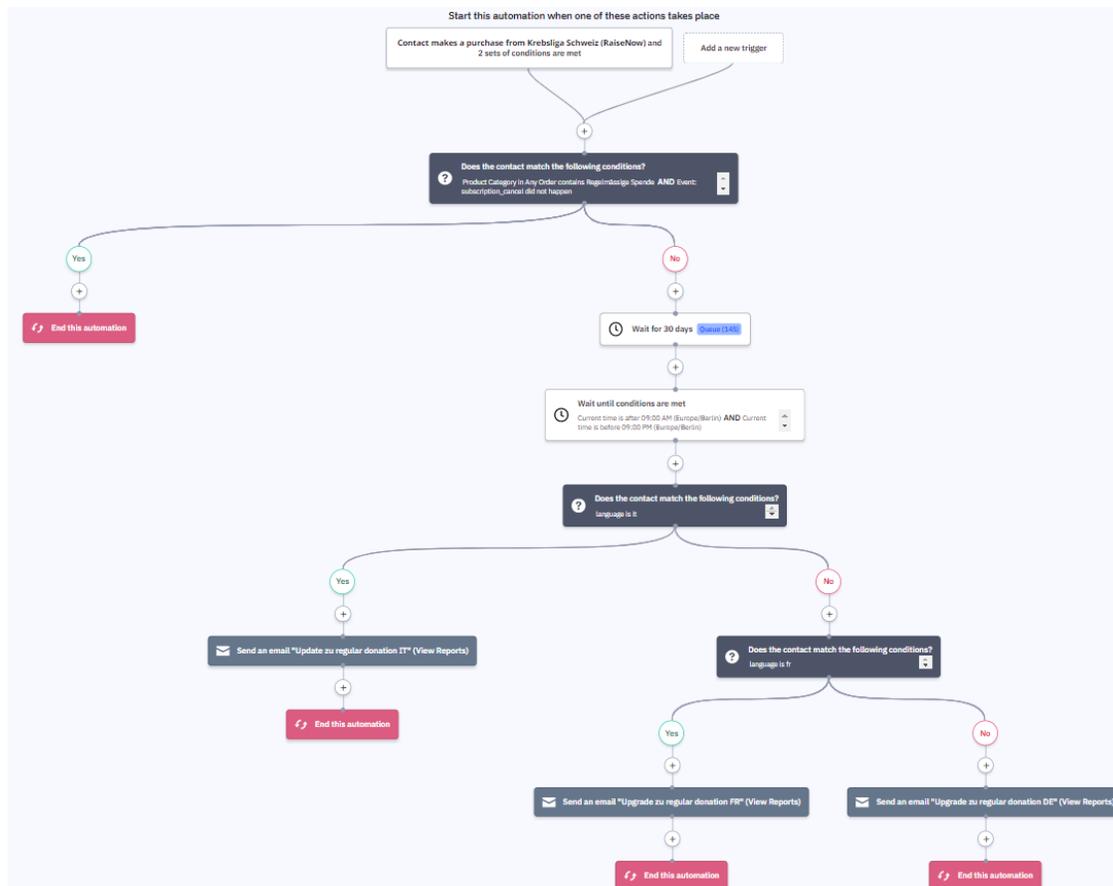
Screen 4: krebsliga. Gemeinsam gegen Brustkrebs. Video thumbnail. Text: %grussformel_it_nina% Dies ist bereits mein letztes Mail an dich. Wie schade! Ich hätte dir gerne noch weitere Tipps zur Krebsprävention geschickt. Oder dir die berührenden Geschichten von Menschen erzählt, die den Krebs erfolgreich besiegt haben. Doch **ein Herzensanliegen** habe ich noch. Als ich mit meiner Krebsdiagnose haderte, fand ich bei der Krebsliga Tessin Fachpersonen, die mir zuhörten, mich stärkten und unterstützten. Ich fühlte mich dort sicher und verstanden. Für mich waren diese Menschen **ein Geschenk**.

Lead Ads Journey

Case: Neue Leads gewinnen mittels Facebook Lead Ads. Daraufhin vierteilige E-Mail-Kette versenden mit Informationen zum Thema sowie Spendenaufforderung zum Schluss.

- **Ziel:** E-Mail-Adressen (Leads) & Spende
- **Zielgruppe:** tbd. (hier: Frauen ab 40)
- **Kanäle:** Facebook, Active Campaign
- **Trigger:** E-Mail im System
- **Content:** vierteilige E-Mail-Kette
- **Reporting:** Active Campaign

Upgrade zu regelmässiger Spende



Guten Tag

Sie haben kürzlich CHF an die Krebsliga gespendet, wofür wir uns nochmals herzlich bedanken.

Ihre Spende ist von grosser Bedeutung, denn sie ermöglicht uns unter anderem, für krebsbetroffene Menschen und deren Angehörige eine wichtige Anlaufstelle zu sein.

Wir möchten Sie einladen, künftig regelmässig an die Krebsliga Schweiz zu spenden. Sie können beispielsweise monatlich einen Betrag Ihrer Wahl direkt von Ihrem Zahlungsmittel abbuchen lassen. [Klicken Sie hier](#), um Betrag und Zahlungsintervall für Ihre künftigen Spenden an die Krebsliga festzulegen.

JETZT REGELMÄSSIG SPENDEN

Ihre regelmässigen digitalen Spenden halten die Administrationskosten tief und Sie helfen damit, dass Ihre Zuwendungen optimal eingesetzt werden.

Sollten Sie Fragen rund um das Spenden an die Krebsliga Schweiz haben, wenden Sie sich bitte an unseren Spendendienst unter [031 389 94 84](tel:0313899484) oder spenden@krebssluga.ch.

Freundliche Grüsse

Upgrade zu regelmässiger Spende

Case: Spender:innen ab Betrag x werden eingeladen, eine regelmässige Onlinespende zu hinterlegen

- **Ziel:** Abschluss von Zahlungsabo mit Kreditkarte
- **Zielgruppe:** Spender > CHF 60.-
- **Kanäle:** E-Mail
- **Trigger:** Spendendatum
- **Content:** Einladung, ein Zahlungsabo einzurichten.
- **Reporting:** RaiseNow Manager

Best practises

- E-Mail-Marketing:
 - Newsletter-Anmeldung mit Double-Opt-in
 - Listbuilding: Webhooks auf Formularen, Wettbewerb
 - Newsletter: Projekt Updates, Follow-up Kampagnen, Veranstaltungen, ...
 - Transaktionale E-Mails rund um die Spende
 - Spenden E-Mails («digitale Mailings»)
 - Spender Up- und Crossgrades
 - Datenupdates, z.B. Adressupdate durch Spender:innen
- Landing Pages (Retargeting nutzen)
- Analyse, learn, improve, repeat
- Involviere «analoge» Mitarbeitende, mache sie Teil deiner Sache
- Für Fortgeschrittene:
 - Lead Scoring, Aufbau einer Donor Lifecycle Journey
 - Personalisierte Content-Strategie



Verbandsmanagement Institut
Weiterbildung in NPO-Management
Universität Freiburg Schweiz

swissfundraising



Wir leben Fundraising.

Kooperationslehrgang



- **Intensiv-Lehrgang**
- **«Digital Fundraising für NPO»**
- Das Fundraising und dessen Potenziale verändern sich gerade stark und tiefgreifend – die Digitalisierung sowie Technologisierung hält Einzug und die Generation Z hat ihre eigenen Ansprüche. Diese Veränderungen stellen spendensammelnde Organisationen vor ganz neue Herausforderungen. Darauf haben wir reagiert und einen **einwöchigen Lehrgang zu digitalem Fundraising im deutschsprachigen Raum geschaffen.**
- Datum: 8. bis 13. Oktober 2023
- Informationen unter: www.vmi.ch
- **Rabatt für Mitglieder von Swissfundraising**

Wir leben Fundraising – mit Freude und im Dialog.

**Vielen Dank für eure
Aufmerksamkeit.**

Swissfundraising
Rosenbergstrasse 85
9000 St.Gallen
Telefon: +41 71 777 20 11
E-Mail: info@swissfundraising.org

 <https://swissfundraising.org/>

 [/swissfundraising](https://www.facebook.com/swissfundraising)

 [/swissfundraising](https://www.linkedin.com/company/swissfundraising)