

Checklista: Jak przygotować skuteczną strategię lead generation w NGO?

Etap 1: Diagnoza i planowanie

- Czy wiem, kogo chcę pozyskać? (darczyńcy, wolontariusze, uczestnicy)
- Czy mam określoną grupę docelową (wiek, zainteresowania, miejsce przebywania online)?
- Czy mam wyraźny cel kampanii (ile kontaktów chcę zdobyć, w jakim czasie)?

Etap 2: Przygotowanie lead magnetu

- Czy oferuję coś wartościowego w zamian za kontakt?
- Czy treść magnetu jest użyteczna i dopasowana do grupy docelowej?
- Czy plik, formularz lub kurs są dostępne w prosty sposób (np. e-mail, PDF, quiz)?
- Czy sprawdziłam/em, czy wszystko działa technicznie?

Etap 3: Kanały dotarcia

- Czy moja strona www zawiera widoczne miejsce zapisu?
- Czy wykorzystuję media społecznościowe do promocji lead magnetu?
- Czy zaplanowałam/am kampanię e-mail lub reklamę płatną?
- Czy uwzględniam partnerów lub ambasadorów do pomocy w promocji?

Etap 4: Zbieranie i obsługa leadów

- Czy formularz zapisu jest zgodny z RODO?
- Czy mam system do zbierania danych (np. Mailerlite, GetResponse, MailChimp)?
- Czy mam gotowe sekwencje powitalne i dalszą komunikację?
- Czy sprawdzam, kto faktycznie otwiera i reaguje na wiadomości?

Etap 5: Utrzymywanie relacji

- Czy regularnie wysyłam newsletter lub informacje o działaniach?
- Czy dostarczam wartości i angażuję moich subskrybentów?
- Czy testuję różne treści (np. historie, zaproszenia, ankiety)?
- Czy mierzę skuteczność kampanii (np. otwieralność, kliknięcia, konwersje)?