

TEMA 1

- A. Quali sono le metriche per sapere se la strategia di *digital marketing* di una campagna di *fundraising* è efficace?
- B. Avendo disposizione 5000 euro, come suddivideresti il budget tra canali social e piattaforme ADV per promuovere una campagna volta alla raccolta fondi per la ricerca sulle malattie rare, tenendo conto dei pubblici? Quali piattaforme in particolari utilizzeresti e perché? Imposta un piano di comunicazione social media marketing e illustralo brevemente.
- C. Come applicheresti il *digital storytelling* per attrarre e motivare i donatori? Descrivi strumenti e azioni.

TEMA 2

- A. Che cosa si intende con ROI e “tasso di conversione” in una campagna di *digital marketing* e perché sono aspetti importanti.

- B. Avendo disposizione 1000 euro, per una campagna di raccolta fondi per il restauro della statua di Elena Lucrezia Cornaro Piscopia su Facebook e Instagram, come utilizzeresti il budget tenendo conto dei pubblici da raggiungere e degli strumenti offerti all'interno della piattaforma Facebook Business? Imposta un piano di comunicazione *social media marketing* e illustralo brevemente.

- C. Descrivi come implementeresti una campagna di *crowdfunding* a sostegno di borse di studio per studenti internazionali. Specifica la strategia e quale piattaforma utilizzeresti e perché (commissioni sulla donazione, vantaggi, ecc.)

TEMA 3

- A. Come si può trasformare il *marketing funnel* in "*donor funnel*"? Descrivi i passi per mettere in pratica questa strategia.
- B. Avendo disposizione 1000 euro, per una campagna di raccolta fondi per l'acquisto di nuove attrezzature per il Centro Universitario Sportivo, a quali pubblici ti rivolgeresti e, di conseguenza, quali piattaforme social e ADV utilizzeresti? Come suddivideresti il budget? Imposta un piano di comunicazione *social media marketing* e illustralo brevemente.
- C. Quali strategie e strumenti digitali utilizzeresti per acquisire nuovi donatori e per fidelizzare chi è già *donor*?