

ABC-ul unui buletin informativ pentru orice ONG

Într-un spațiu digital dirijat de algoritmi, buletinul informativ nu mai este doar un „mesaj în masă”, ci devine un spațiu de conversație și o punte prin care poți ajunge direct la oameni.

De ce merită să ai un buletin informativ?

- ajunge **direct în inbox-ul** celor care au ales să urmărească organizația ta;
- **construiește încredere** prin consecvență;
- **mobilizează susținătorii** să devină donatori, voluntari sau ambasadori ai cauzei;
- **spune povești reale**, care arată impactul concret al proiectelor;
- transmite **profesionalism**, demonstrând că organizația comunică strategic și responsabil.

Buletinul informativ e vocea constantă a organizației tale și e un fir roșu care leagă proiectele, oamenii și istoriile într-un singur loc.

Folosește lista de verificare de mai jos pentru a dezvolta un buletin relevant, coerent și memorabil. Bifează pe rând ce ai și descoperă ce îți lipsește:

1. În etapa de planificare

- ☐ Am stabilit scopul principal al buletinului informativ (informare, strângere de fonduri, recrutare voluntari etc.).
- ☐ Am definit publicul țintă (donatori, voluntari, parteneri, beneficiari).
- ☐ Am setat o frecvență pentru newsletter (bilunar, lunar, trimestrial, anual - important este să fie constant).
- ☐ Am creat un calendar editorial cu temele planificate pentru următoarele ediții.

2. În etapa de dezvoltare a conținutului

- ☐ Am ales un subiect clar și interesant pentru fiecare ediție.

- ☐ Am creat un **titlu de email atractiv**, care să încurajeze deschiderea.
- ☐ Am scris texte scurte și clare (paragrafe scurte, propoziții simple).
- ☐ Am folosit un **ton prietenos și accesibil**.
- ☐ Am adăugat elemente vizuale (fotografii reale din activități, infografice simple).
- ☐ Am inclus un apel la acțiune (CTA) clar: „Donează acum”, „Înscrie-te ca voluntar”, „Vezi mai multe pe site”.
- ☐ Am inclus linkuri către rețelele sociale și site-ul organizației.
- ☐ Am personalizat mesajele (unde a fost posibil, de exemplu: „Bună ziua, Ioana!”).
- ☐ Am menționat partenerii și colaborările recente pentru a valida impactul.

3. În etapa de design și aspecte tehnice

- ☐ Am utilizat identitatea vizuală a organizației (logo, culori, fonturi).
- ☐ Am adăugat un **header** (în care apare logo-ul) și un **footer** cu datele ONG-ului.
- ☐ M-am asigurat că există un buton de **dezabonare** (aceasta este o obligație legală conform legislației în vigoare).
- ☐ Am inclus link către Politica de GDPR a organizației
- ☐ Am inclus link către site/blog pentru lecturi mai ample.

4. În etapa de trimitere a buletinului

- ☐ Am segmentat lista de abonați (ex.: voluntari, donatori, beneficiari).
- ☐ Am trimis buletinul doar către cei care și-au dat acordul.
- ☐ Am transmis un email de probă către grupul de test înainte de expedierea finală.
- ☐ Am monitorizat rezultatele: care este rata de deschidere, rata de click, rata de dezabonări.
- ☐ Am testat mai multe titluri sau formate (prin opțiunea A/B testing).

☐ Am cerut periodic feedback direct: „Ce ți-ar plăcea să citești în următorul newsletter?”.

Recomandări utile:

- La început, alege o platformă simplă și gratuită pentru dezvoltarea buletinului (Mailchimp, Sender, Brevo). Concentrează-te pe **calitatea conținutului și consistență**, nu pe un design sofisticat.
- Include noutăți scurte și clare: ce ați făcut, ce urmează să faceți, cum se pot implica oamenii.
- Folosește povești personale (ex. voluntari sau beneficiari), nu doar date seci.
- Adaugă mereu un apel la acțiune: Donează; Înscrie-te; Participă etc.
- Păstrează un echilibru 80/20: 80% conținut despre informații, povești, resurse și maximum 20% să fie alocat pentru îndemnuri la donații sau promovare.
- Setează o frecvență pentru buletin. Nu mai rar de o dată la 2-3 luni (altfel oamenii uită că s-au abonat).

Ideal ar fi lunar, cu ediții speciale la evenimente importante. Mai bine constant și rar, decât haotic și prea des.

Platforme recomandate:

Gratuite (cu limitări)

- [Mailchimp](#) – gratuit până la 500 contacte / 1.000 emailuri pe lună. Simplu de folosit, cu șabloane moderne.
- [Sender.net](#) – plan gratuit cu 2.500 abonați și 15.000 emailuri/lună.
- [Brevo](#) – plan gratuit cu 300 emailuri/zi.

Cu discount pentru ONG-uri

- [GetResponse](#) – 50% discount pentru organizații non-profit.
- [Mailchimp for Nonprofits](#) – până la 15% reducere pentru organizații eligibile.