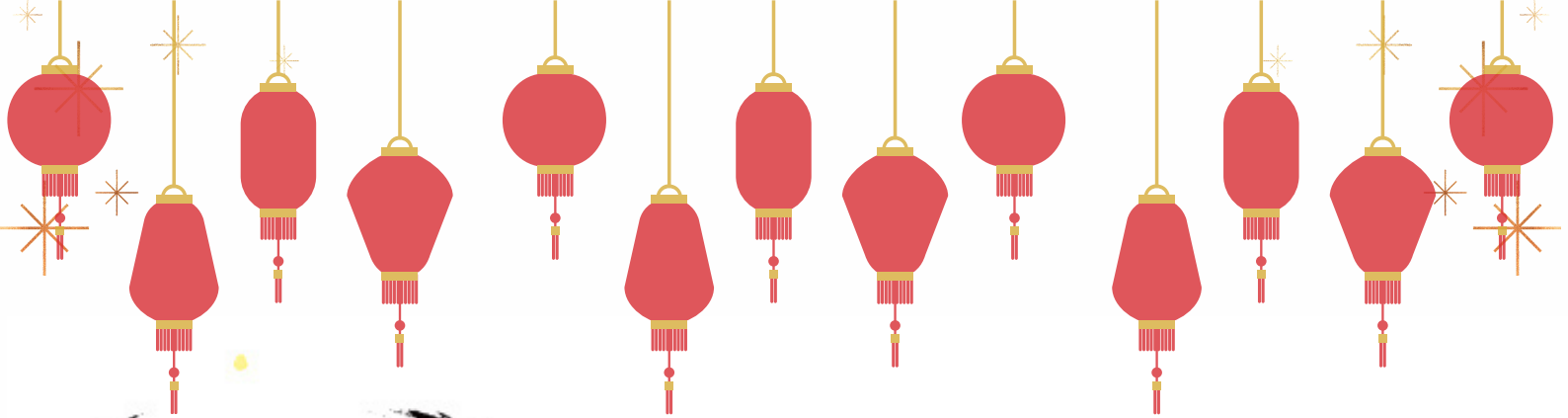




謹賀新年

2021

親愛的客戶：

感謝過去一年您對網軟的愛護與支持，因為有您的支持，讓我們可以持續努力成長。在迎接新年之際，我們懷抱著感恩的心，向您致上我們最誠摯感謝與祝福。

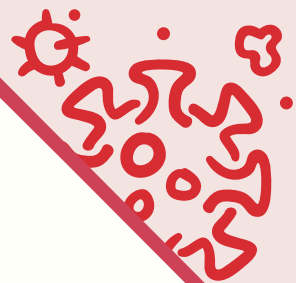
在告別充滿變數的2020年，迎向充滿希望的2021年之時，網軟仍將秉持著為公益團體服務的精神與態度，持續提供更優質的服務，也期待在未來的日子裏能有更多的交流合作，建立長長久久的合作關係。
在即將來臨的牛年，祝您

牛來運轉、牛氣沖天

網軟股份有限公司 總經理

陳世安

敬賀



疫情下的NPO

在疫情的衝擊之下，相信不管是在任何產業勢必都會做一些轉型，來應對這一波疫情，像是最近年節時間相信許多非營利組織都會舉辦一些年節活動，有可能就會受到影響，現在就讓我們來看看每年年節時刻由創世人安華山共同舉辦最熱門的寒士吃飽30活動吧！

故事緣起

逢年過節最期待的一刻就是和家人在除夕夜坐在一個大圓桌上團圓圍爐，但在此時此刻有一群人，卻沒有辦法像我們一樣溫暖的過個好年，在1991年的除夕夜創世基金會創辦人曹慶在萬華龍山寺附近，看見街友在這過年團聚的時刻卻在街頭挨餓受凍，於是從那個時刻起就發願每年都要舉辦寒士尾牙，讓這些寒士可以過個好年！

從一開始的30個便當 到30000人的圍爐

在1991年的除夕夜創辦人曹慶趕緊號召10幾位義工製作30個便當發給街友，從那之後每年在年節前夕，都會在各地舉辦寒士尾牙活動，舉辦至今年已經邁入第31年，受幫助的人數也已經從原本的30人增加到30000人次以上，在疫情肆虐下，大家都必須保持一定的社交距離保衛自身的健康，讓30000人聚在一起簡直是難上加難的事，所以今年寒士尾牙勢不能像往年一樣舉辦！

化危機為轉機

現在疫情又嚴峻了起來，但是助人的服務是不能停止的，所以在今年寒士吃飽30活動雖然不像以往邀請需要幫助的民眾一同圍爐團聚的模式，而是改將溫暖送到家，將菜色透過料理包或罐頭以及應急紅包送至需要幫助民眾手上，這樣一來就不需擔心疫情問題，也可以持續將這份助人的精神！

AD

取，讓民眾善款可以使用在對的地方。
動在簽到的時候更有效率，並且在紅包發放的過程，有即領即登錄功能，紅包不會被重複領
寒士吃飽30活動導入網軟公司的IOTA系統，只要參於人員攜帶身分證掃描條碼即可做簽到讓活



哀~天天都上班做一樣的事好無聊，
這該如何是好呢？

下午1:30



去公司上班



參加
網軟研討會

已讀
下午1:31



網軟研討會那是在幹嘛

下午1:32



網軟研討會活動.docx

下載期限:~3/8 13:33
檔案大小:1MB

已讀
下午1:33

厚!自己去看附檔拉!~

已讀
下午1:33



欸~看起來的不錯欸! 要錢嗎?

下午1:34

聽說是兩人同行兩人免費醬 而且名額有限
所以我要去報名參加 我先走辦ㄅ

已讀
下午1:34



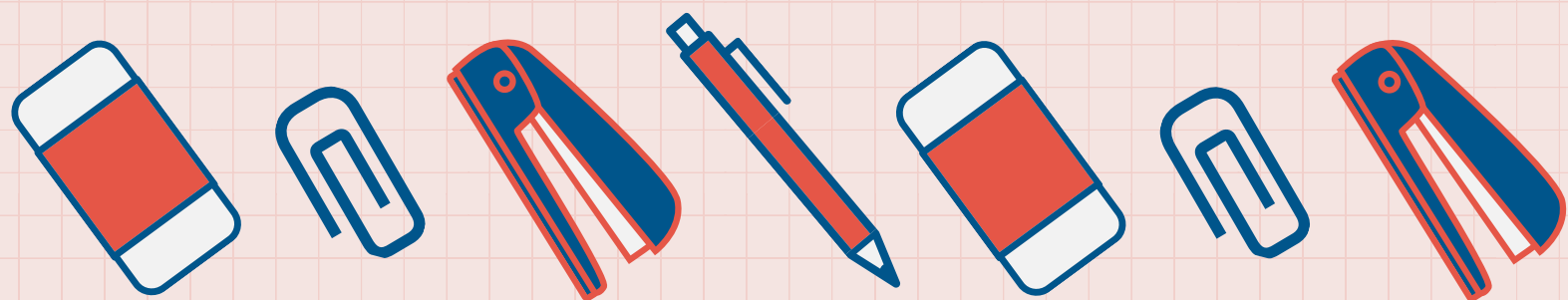
我也要去拉!!等我啊~

下午1:35



Aa





研討會活動開跑拉!!

COME TO JOINT US!

新的一年又到來，在這一年也別忘好好提升一下自己，在今年網軟也攜手公益資訊中心持續的努力進步，希望能帶給大家更好的服務，在研討會的部分我們將針對NPO在數位行銷上以及財務上做議題的探討以及經驗分享，除此之外，在今年3月份開始不只研討會的舉辦，台灣公益資訊中心也將全新改版上線，研討會上也會做公益資訊中心新版的功能介紹，還有其他數位資源的分享，敬請大家拭目以待!

現在常常可以看到大數據分析這一詞出現在我們的生活中，也有許許多多的分析工具像是瀏覽器的Google Analytics或者是社群媒體的洞察報告，雖然我們都知道這些工具可以用來了解我們的顧客，但是不是能善用這一些工具來創造價值也是一大問題，所以在今年研討會的開始，我們將先帶領大家了解這些分析工具，後續再針對不同的分析結果提出相對應的行銷策略，像是內容行銷、故事行銷、議題式行銷、數位平台的經營及數位轉型分享來做一個統整呼應。

對多數的非營利組織而言，最重要的莫非是民眾的捐款，讓組織的理念能夠做延續，因此在今年我們也會找財務責信的講師來做捐款趨勢的分享，以及關於群募平台介紹分享募款技巧，另外我們也請來了媒體公關來分享社群關係的經營，讓募款能夠事半功倍。

一系列的活動都在3月開始，各位NPO的夥伴們千萬別忘記持續追蹤網軟的活動報名系統，相關資訊後續都會做發送，千萬要別錯過囉!!

<https://web.intersoft.com.tw/active/>

網路分析

媒體公關

數位資源分享

數位平台經營

內容行銷

數位轉型分享

財務責信與捐款趨勢

故事行銷

議題式行銷

群募平台介紹