



Guida all'utilizzo del COMPANY PANEL

<https://me.goodify.com>

NOTA: Non tutte le funzionalità descritte all'interno di questo documento sono disponibili per tutti i piani commerciali. Contatta il tuo referente Goodify o scrivi a info@goodify.com in caso di dubbi o necessità di chiarimenti.

v.1.2 – 11.07.2023

Sommario

CREAZIONE DEL PROPRIO PROFILO GOODIFY	3
IMPOSTAZIONI	4
Dati personali	4
Dati azienda.....	4
Abbonamento	4
Credenziali API	4
DASHBOARD	5
STATISTICHE	6
CAMPAGNE	8
Dettaglio delle campagne.....	8
Statistiche delle campagne	11
Campagne di tipo “Dona Acquisto”	12
Campagne di tipo “E-Commerce”	13
Campagne di tipo “Ticket Benefico Elettronico”	15
Campagne di tipo “Dona Fattura”	17
Campagne di tipo “Documento benefico”	19

CREAZIONE DEL PROPRIO PROFILO GOODIFY

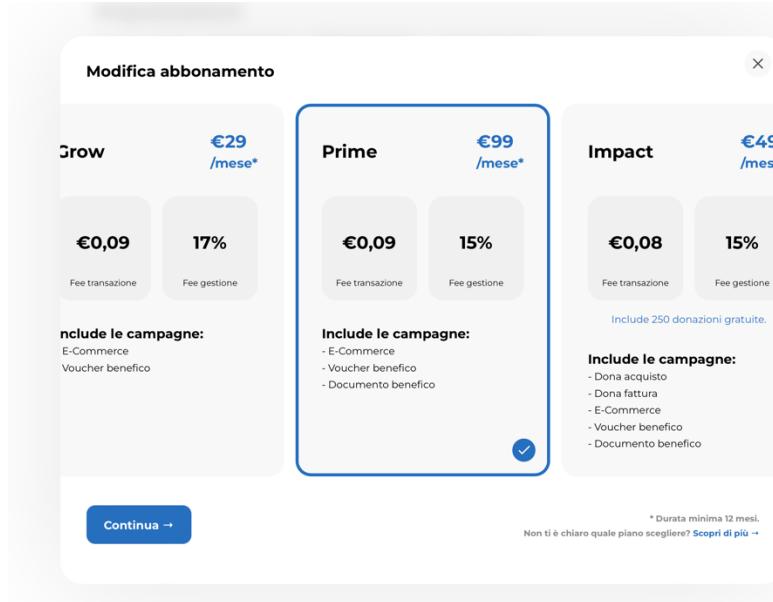
La creazione da procedura web del proprio profilo Goodify è passaggio essenziale per l'attivazione delle campagne benefiche e per poter seguire l'andamento delle proprie iniziative attraverso il "Company Panel".

La creazione del proprio profilo, se non preceduta da adesione attraverso i rappresentanti commerciali di Goodify, costituisce iscrizione alla piattaforma e procedura di sottoscrizione dei [termini e condizioni commerciali](#) per le aziende.

LINK PER CREARE IL PROPRIO PROFILO: <https://me.goodify.com/signup/business>

Il sistema accetta solamente Codici Fiscali e indirizzi email non già presenti tra le aziende iscritte.

La procedura si completa con la scelta del proprio abbonamento di riferimento e l'inserimento dei dati bancari per il pagamento automatizzato.



IMPOSTAZIONI

Dati personali

Dati del referente aziendale, utente amministratore per la piattaforma Goodify.

Dati azienda

Dati dell'impresa.

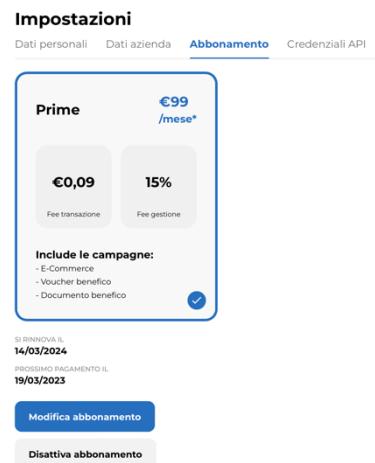
Logo aziendale: Il logo dell'impresa, che verrà utilizzato da Goodify per personalizzare le comunicazioni e la landing page delle donazioni. Consigliato 500x200 px (o multiplo) formato orizzontale, oppure 500x500px minimo per il formato quadrato.

Abbonamento

Abbonamento attivo e opzioni di modifica dello stesso.

L'abbonamento attivo viene sinteticamente indicato con il nome (esempio: Prime), la cifra richiesta mensilmente (esempio: € 99/mese), le principali commissioni applicate alle singole donazioni (esempio: € 0,09 + 15%), e le principali soluzioni attivabili (campagne incluse).

- “SI RINNOVA IL”: Scadenza dell'abbonamento attivo, generalmente 12 mesi dalla sottoscrizione.
- “PROSSIMO PAGAMENTO IL”: data prevista del pagamento successivo, generalmente un mese dopo il precedente.



Cliccando sul tasto “Disattiva abbonamento”, viene annullato il rinnovo automatico alla scadenza (un pop-up chiederà una doppia conferma, al fine di evitare disattivazioni accidentali).

Dopo la disattivazione, non sarà più possibile modificare il proprio abbonamento; esso resterà comunque attivo fino alla scadenza del periodo contrattuale (tipicamente fino alla fine dei 12 mesi sottoscritti), ed eventuali pagamenti previsti in quel lasso di tempo continueranno mensilmente come previsto.

Credenziali API

E' qui possibile trovare i propri “Business ID” e “Business Secret”, ovvero i codici necessari per la gestione delle credenziali API. Questi valori vengono richiesti anche dai Plugin o dal sistema Connect per gli e-commerce.

DASHBOARD

The screenshot shows the Goodify Dashboard interface. At the top left is the Goodify logo. On the left side, there is a sidebar with a blue header containing the text "Dashboard" and a list of options: "Campagne", "Statistiche", "Fatture", and "Impostazioni". The main content area starts with a greeting "Gentile [REDACTED],". Below it is a message: "Grazie per il tuo impegno! Eccoti un rapido riassunto di come la tua azienda ha fatto del bene negli ultimi sette giorni tramite Goodify." A section titled "Dati degli ultimi 7 giorni" displays three metrics in blue boxes: "5.396" (Personne coinvolte / Numero di donazioni), "5.396" (Euro donati), and "1.984" (Non-profit supportate). Below these boxes is a section titled "Campagne attive" with the text "Tu acquisti, noi doniamo!" and a "Dona acquisto" button with a blue arrow icon. At the bottom of this section is a "Gestisci campagne" button.

Nella Dashboard si ha una schermata riassuntiva, con i dati principali delle scelte benefiche attivate dagli utenti negli ultimi sette giorni.

STATISTICHE

Statistiche delle donazioni dell'azienda, a prescindere dalle campagne. Filtrabile per data, con periodo di default pari all'ultimo mese. Le statistiche sono presentate in tre sezioni.

Panoramica impresa

Nella panoramica dell'impresa è possibile vedere il numero e l'importo totale delle donazioni attivate nel periodo, con alcuni dati statistici relativi ad esse:

- % delle donazioni con tracking (utente che ha lasciato la propria email per tracciamento ed eventualmente partecipazione al concorso);
- Valore medio delle donazioni e importo medio dell'acquisto collegato;
- Numero di utenti con tracking e numero medio di scelte benefiche/utente sulle donazioni con tracciamento.



Top 10

Classifica delle migliori dieci non profit in ordine di scelte benefiche. Sono evidenziate il numero di scelte, la donazione media, l'importo totale donato e la % di importo donato sul totale.

Top 10 - No profit

Nome non profit	Donazioni	Donazione media	Importo totale	% del totale
Aiuto per Ischia - Sodalis ETS	9.703	1€	9.703€	20.32%
C.R.I. - Aiuto Al Popolo Ucraino	7.299	1€	7.299€	15.28%
Associazione Sportiva Dilettata...	1.483	1€	1.483€	3.11%
Parrocchia Sacra Famiglia di ...	755	1€	755€	1.58%
A.V.I.S. Comunale Tortoli	740	1€	740€	1.55%
Emergenza Turchia e Siria - ...	648	1€	648€	1.36%
Gli Amici Di Maia	356	1€	356€	0.75%
Parrocchia Mercede	300	1€	300€	0.63%
Smith Magenis Italia	254	1€	254€	0.53%
Le code d'oro	246	1€	246€	0.52%

Donazioni per stato

In questa sezione gli importi delle donazioni vengono suddivise in base al loro percorso che va dalla attivazione fino all'arrivo a destinazione alla non profit.

La somma di “Donazioni da pagare” e “Donazioni pagate” fornisce il valore totale delle donazioni attivate, riportato nella sezione “Panoramica impresa”. Le “Donazioni da pagare” sono quelle più recenti, che non hanno ancora ricevuto copertura economica da parte dell’azienda.

Donazioni per stato**35.313€**

Donazioni da pagare

61.381€

Donazioni pagate

13.616€

Donazioni in transito

24.466€

Donazioni arrivate

CAMPAGNE

Pannello di gestione delle campagne, per poter monitorare (e creare) le singole campagne benefiche.

Le tue campagne

Genera campagne per permettere ai tuoi clienti di donare tramite i loro acquisti o loro fatture.

Campagne attive

Tu acquisti, noi doniamo!

19.642€ donati [Dona acquisto](#) 

Campagne conclusive

Natale benefico 2021

18€ donati [Voucher benefico](#) 

[Nuova campagna](#)

Cliccando sulla freccia blu si entra nel pannello di gestione della singola campagna.

Cliccando su “Nuova Campagna” è possibile creare una nuova campagna.

Le tipologie di campagne possibili sono:

1. Dona Acquisto
2. Documento benefico
3. E-Commerce
4. Ticket benefici elettronici

Dettaglio delle campagne

Tutte le tipologie di campagne hanno alcuni dati complessivi comuni. Questi sono i seguenti, e sono generalmente modificabili in qualunque momento della campagna, senza particolari vincoli.

Dati Campagna

ID: Viene compilato in automatico e questo ID viene utilizzato per associare la campagna all'e-commerce o software di cassa.

Nome: Nome della campagna, da scegliere liberamente per poterla identificare.

ID 	tyr9xgbnb9fjzm11ivvmc8ts4z99uzk
Nome *	E-commerce GY

Periodo Campagna

Inizio e Fine Campagna: Date all'interno delle quali le donazioni possono venire attivate. Se la data di fine campagna non viene compilata, essa rimane sempre attiva (campo facoltativo).

Periodo campagna

Inizio campagna ⓘ

24/05/2023

02:00

Fine campagna ⓘ

21/12/2023

02:00

Destinazione delle donazioni

Qui l'azienda può impostare le scelte che gli utenti si troveranno a poter fare quando arriveranno alla pagina di scelta benefica, dopo aver scansionato il QRCode Goodify o aver cliccato sul link ricevuto.

Default Goodify: Se questo flag è attivo, l'utente potrà scegliere tra le cause, i progetti e le organizzazioni non profit che Goodify stessa deciderà di mettere in evidenza in quel periodo. L'azienda non si deve occupare di nulla, sarà Goodify a cambiare periodicamente ciò che è in evidenza ed a dare delle alternative benefiche tra cui scegliere.

Non profit oppure **Cause:** Togliendo il flag da “Default Goodify”, l'azienda può scegliere cosa mettere in evidenza. Va scelto innanzitutto se mettere in evidenza una o più organizzazioni Non Profit, oppure una delle Cause di Goodify (si tratta di cause benefiche, alle quali corrispondono dei progetti che vengono finanziati dalla organizzazione di volontariato Goodify ODV – maggiori dettagli su www.goodify.info).

- Nel caso di Non Profit, cliccando su **Aggiungi Non-Profit preferite** è possibile ricercare e selezionare le organizzazioni da mettere in evidenza. Consigliamo di non andare oltre le 4 (quattro) non profit per maggiore chiarezza della pagina di scelta benefica.

Destinazione delle donazioni

Default Goodify ⓘ

Non profit oppure Cause

Aggiungi Non-profit preferite

Emergenza Ucraina - CESVI  

- Nel caso di Cause, cliccando sulle singole **icone** è possibile selezionare le organizzazioni da mettere in evidenza. Consigliamo di selezionare sempre un numero pari di cause, e idealmente non andare oltre le 6 (sei) non profit per maggiore chiarezza della pagina di scelta benefica.

Destinazione delle donazioni

Default Goodify 1

Non profit oppure Cause

Seleziona le cause che desideri rendere selezionabili:



Ambiente



Animali



Arte e cultura



Bambini ed adolescenti



Cooperazione e sviluppo



Filantropia e volontariato



Istruzione e formazione



Migranti, rifugiati e minoranze



Paesi in via di sviluppo



Povertà e emarginazione sociale



Protezione civile ed emergenze



Salute e ricerca scientifica



Servizi a favore dei disabili



Sport e tempo libero



Terza età



Violenza e diritti umani

Permetti anche la selezione tra tutte le non profit: Selezionando questo flag, si da la possibilità all'utente di scegliere la propria non profit preferita tra le migliaia presenti nel database di Goodify, se la scelta messa in evidenza non fosse di suo gradimento.

Permetti anche la selezione tra tutte le non profit

Permetti di scegliere tra tutte le province (2) [Personalizza →](#)

Permetti di scegliere tra tutte le categorie (18)

Permetti anche la selezione tra tutte le cause

Il flag ha anche due possibilità di ridurre tale scelta, limitandola dal punto di vista territoriale o di categoria. E' possibile infatti togliere il flag "Permetti di scegliere tra tutte le province", e limitare (con il link "Personalizza →") la scelta degli utenti alle organizzazioni di uno o più territori. E' inoltre possibile togliere il flag "Permetti di scegliere tra tutte le categorie", e limitare (con il link "Personalizza →") la scelta degli utenti a uno o più categoria di organizzazioni, sulla base delle tipologie di attività (ad esempio, solo organizzazioni sportive, o attive nella ricerca scientifica).

Infine, in alternativa o in aggiunta a quanto sopra, è possibile attivare il "Permetti anche la selezione tra tutte le cause". L'utente potrà così scegliere anche una tra tutte le 16 (sedici) cause benefiche previste.

Statistiche delle campagne

Il pannello statistiche di ogni campagna ha una impostazione simile a quello generale aziendale, ed è ugualmente filtrabile per data, con periodo di default pari all'ultimo mese. Le statistiche sono presentate in due sezioni.

Riepilogo della campagna

Nella panoramica della campagna è possibile vedere il numero e l'importo totale delle donazioni attivate nel periodo, con alcuni dati statistici relativi ad esse:

- % delle donazioni con tracking (utente che ha lasciato la propria email per tracciamento ed eventualmente partecipazione al concorso);
- Valore medio delle donazioni e importo medio dell'acquisto collegato;
- Numero di utenti con tracking e numero medio di scelte benefiche/utente sulle donazioni con tracciamento.

Top 10

Classifica delle migliori dieci non profit in ordine di scelte benefiche. Sono evidenziate il numero di scelte, la donazione media, l'importo totale donato e la % di importo donato sul totale.

Campagne di tipo “Dona Acquisto”

Le campagne di tipologia “Dona Acquisto” sono pensate per l’integrazione via API con sistemi elettronici, ad esempio i sistemi di cassa dei punti vendita.

L’ID della campagna è il valore identificativo che a livello informatico deve venir utilizzato per l’associazione con i software di cassa. Le credenziali API specifiche dell’azienda sono invece riportate tra le IMPOSTAZIONI, pannello “Credenziali API”.

Valore delle donazioni

Via API viene passato al sistema Goodify anche il valore della transazione economica, chiamato “Purchase amount”. E’ possibile quindi impostare il valore della donazione sia come **Importo fisso** (uguale su ogni acquisto), sia come **percentuale** del valore della transazione economica.

Il valore di **Importo minimo acquisto** è il valore soglia al di sotto del quale non viene generata la donazione. Per una migliore esperienza utente consigliamo però di impostare direttamente il proprio sistema informatico in modo che, nel caso in cui si voglia avere un valore di soglia, sia esso stesso a non generare il link di donazione e la chiamata API.

Preferenze

In quest’ultimo pannello è possibile:

- Abilitare o disabilitare il **concorso a premi** Goodify. Quando abilitato, esso da agli utenti la possibilità di partecipare sia ad un Instant Win, che ad una periodica estrazione di un maxi premio.
- Personalizzare il **messaggio di benvenuto** sulla pagina di scelta benefica. C’è un messaggio di default (in italiano, inglese e tedesco), modificabile.
- Abilitare una notifica al **raggiungimento di un budget** di donazioni. Si potrà a quel punto scegliere se proseguire o interrompere la campagna. NB: si tratta esclusivamente di un alert, le campagne non vengono interrotte.

Campagne di tipo “E-Commerce”

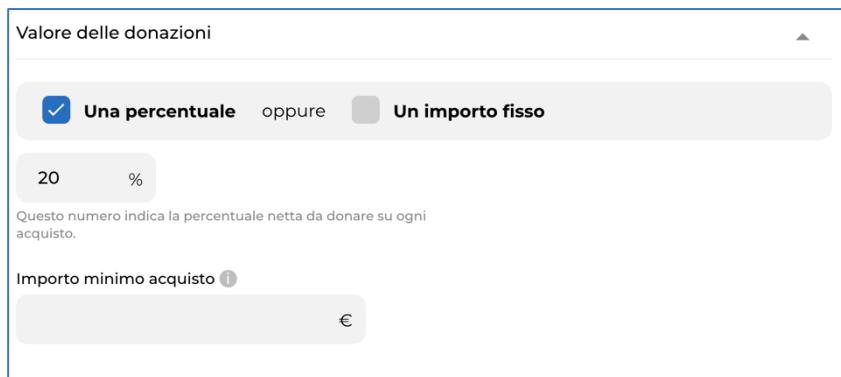
Le campagne di tipologia “E-Commerce” sono ottimizzate per l’integrazione via API con le piattaforme per il commercio elettronico ecommerce, quali StoreEden o Shopify.

L’ID della campagna è il valore identificativo che a livello informatico deve venir utilizzato per l’associazione con le piattaforme. Le credenziali API specifiche dell’azienda sono invece riportate tra le IMPOSTAZIONI, pannello “Credenziali API”.

Valore delle donazioni

Via API viene passato al sistema Goodify anche il valore della transazione economica, chiamato “Purchase amount”. E’ possibile quindi impostare il valore della donazione sia come **Importo fisso** (uguale su ogni acquisto), sia come **percentuale** del valore della transazione economica.

Il valore di **Importo minimo acquisto** è il valore soglia al di sotto del quale non viene generata la donazione. Per una migliore esperienza utente consigliamo però di impostare direttamente il proprio sistema informatico in modo che, nel caso in cui si voglia avere un valore di soglia, sia esso stesso a non generare il link di donazione e la chiamata API.



Preferenze

In quest’ultimo pannello è possibile:

- Abilitare o disabilitare il **concorso a premi** Goodify. Quando abilitato, esso da agli utenti la possibilità di partecipare sia ad un Instant Win, che ad una periodica estrazione di un maxi premio.
- Personalizzare il **messaggio di benvenuto** sulla pagina di scelta benefica. C’è un messaggio di default (in italiano, inglese e tedesco), modificabile.
- Abilitare una notifica al **raggiungimento di un budget** di donazioni. Si potrà a quel punto scegliere se proseguire o interrompere la campagna. NB: si tratta esclusivamente di un alert, le campagne non vengono interrotte.

Integrazione

Per l’integrazione delle piattaforma E-Commerce le istruzioni sono disponibili, per le diverse casistiche, all’indirizzo <https://docs.goodify.com/>.

Il link è disponibile anche a piè di pagina tra le impostazioni della campagna.



Documentazione

Qui trovi tutta la documentazione per il tuo successo con Goodify



a TeamSystem company

Storeden

Usa il plugin Goodify per
Storeden per integrare
Goodify sul tuo e-commerce

[AppStore Storeden](#)



Goodify Connect

Goodify Connect è la
soluzione di integrare con
diverse piattaforme e-
commerce come Shopify,
WooCommerce e altri

[Scarica Documentazione](#)



Goodify API

L'API Goodify ti permette di
integrare Goodify dove vuoi

[Vai alla Documentazione](#)

[Goodify](#) | [Privacy Policy](#)

© 2023 Goodify. Società Benefit - P.iva 02896720212

Campagne di tipo “Ticket Benefico Elettronico”

Le campagne di tipologia “Ticket Benefico Elettronico”, detto anche “Virtual Charity Voucher”, permettono di veicolare dei ticket benefici digitali tramite una lista di distribuzione via email.

La soluzione è ideale per clienti, fornitori e collaboratori. La soluzione, oltre ad un template email generico, utilizzabile per occasioni più disparate, permette anche di selezionare dei template per occasioni speciali, quali compleanno, Natale e fine anno.

Il sistema invia una prima email alla data impostata, quindi un reminder dopo 5 giorni, ed un secondo reminder dopo 10 giorni. Se, nonostante i due promemoria, il destinatario non attiva la donazione cliccando sul link ricevuto, dopo 15 giorni dalla prima email i link non sono più attivi.

Budget donazioni

E' possibile scegliere tra due opzioni:

- **Tutte le donazioni create danno origine ad una donazione effettiva.** Se il destinatario non ha effettuato una scelta, al 15° giorno la donazione viene assegnata d'ufficio ad una delle non profit o cause messe in evidenza.
- **Solo le donazioni attivate danno origine ad una donazione effettiva.** Se il destinatario non effettua alcuna scelta, quella donazione non produce alcun effetto economico.

Preferenze

In quest'ultimo pannello è possibile:

- Abilitare o disabilitare il **concorso a premi** Goodify. Quando abilitato, esso da agli utenti la possibilità di partecipare sia ad un Instant Win, che ad una periodica estrazione di un maxi premio.
- Personalizzare il **messaggio di benvenuto** sulla pagina di scelta benefica. C'è un messaggio di default (in italiano, inglese e tedesco), modificabile.

Template Email

Dal pannello “Template Email” è possibile selezionare uno dei template preimpostati per le email che verranno inviate, ed eventualmente personalizzarlo.

Per ogni template è presente un selettori di lingua, tra italiano, inglese e tedesco. In base alla lingua del destinatario il sistema invierà la versione della lingua corretta.

Testo ed oggetto delle email sono personalizzabili, ed è possibile utilizzare i campi “nome”, “cognome”, “Nome azienda” e “Importo” (della donazione) come variabili, che verranno compilate correttamente per ogni singolo messaggio inviato.

I tasti “Ripristina default” permettono di riportare il testo del messaggio a quello preimpostato da Goodify.

Dati campagna
Template email
Destinatari

Template: *



Default



Buon Natale



Buon Compleanno



Buon Anno

Lingua del template

IT
▼

Oggetto *

+ Nome
+ Cognome
+ Nome azienda
+ Importo

Buon Natale da {{businessName}}

Ripristina default

Messaggio *

+ Nome
+ Cognome
+ Nome azienda
+ Importo

Caro/a {{name}},

Per noi sei importante, e desideriamo esprimere in modo unico.

Hai a disposizione un pensiero benefico del valore di {{donationAmount}} € per rendere il mondo un luogo migliore e questo Natale davvero speciale.

Attivare questa donazione è semplicissimo. Clicca il tasto qui sotto, e scegli a chi donare. Puoi scegliere la tua causa o non profit preferita, oppure quelle messe in evidenza da noi. La scelta è nelle tue mani. Un piccolo gesto può smuovere montagne e creare grandi onde di cambiamento.

Ripristina default

Destinatari

Dal pannello “Destinatari” è possibile caricare l’elenco dei destinatari, sotto forma di elenco con un file CSV.

Il file CSV deve essere formato come quello d’esempio scaricabile (“Scarica file template”): un elenco di dati **separati da virgole**, con la prima riga di intestazione. I campi previsti sono:

- **Email** Email del destinatario (campo obbligatorio)
- **First name**: Nome del destinatario (campo obbligatorio)
- **Last name**: Cognome del destinatario (campo obbligatorio)
- **Amount**: Importo da donare (campo obbligatorio). Attenzione che il separatore dei decimali (se necessario) deve essere il punto e non la virgola.
- **Send on**: Data di invio della email. Va inserita in formato AAAA-MM-GG. Se lasciata vuota viene inviata alla prima data possibile (e successiva alla data di inizio della campagna). Le email vengono inviate da un processo automatizzato al mattino, quindi sempre almeno un giorno successivo a quello di inserimento. Se compilato in modo errato il destinatario non viene aggiunto.
- **Template language**: Lingua della email al destinatario. Alternative sono “it”, “en” e “de”. Se lasciato vuoto viene inviata in italiano. Se compilato in modo errato il destinatario non viene aggiunto.

Campagne di tipo “Dona Fattura”

Le campagne di tipologia “Dona Fattura”, dette anche “Fattura benefica”, permettono di veicolare dei ticket benefici digitali tramite una lista di distribuzione via email ai clienti che hanno pagato o ricevuto una fattura.

E’ possibile utilizzare il template del sistema, o personalizzare il messaggio con un testo di propria scelta. Il messaggio può essere in italiano, inglese o tedesco, con scelta singola per ogni ricevente.

Il sistema invia una prima email alla data impostata, quindi un reminder dopo 5 giorni, ed un secondo reminder dopo 10 giorni. Se, nonostante i due promemoria, il destinatario non attiva la donazione cliccando sul link ricevuto, dopo 15 giorni dalla prima email i link non sono più attivi.

Valore delle donazioni

E’ possibile scegliere tra due opzioni. Attenzione che, in base alla scelta compiuta, il file di caricamento dei destinatari va compilato in modo diverso.

- Una **percentuale**. Qualora si scelga di donare una frazione dell’importo delle fatture, tale valore % sarà uguale per ogni donazione. Nel file di caricamento dei destinatari, nel campo “**Amount**”, andrà indicato **l’importo della fattura**, sul quale verrà calcolata la percentuale indicata da donare.
- Un **importo fisso**. Qualora si scelga di donare un importo, tale valore sarà selezionabile singolarmente per ogni destinatario. Nel file di caricamento dei destinatari, nel campo “**Amount**”, andrà indicato direttamente **l’importo della donazione**.

Budget donazioni

E’ possibile scegliere tra due opzioni:

- **Tutte le donazioni create danno origine ad una donazione effettiva.** Se il destinatario non ha effettuato una scelta, al 15° giorno la donazione viene assegnata d’ufficio ad una delle non profit o cause messe in evidenza.
- **Solo le donazioni attivate danno origine ad una donazione effettiva.** Se il destinatario non effettua alcuna scelta, quella donazione non produce alcun effetto economico.

Preferenze

In quest’ultimo pannello è possibile:

- Abilitare o disabilitare il **concorso a premi** Goodify. Quando abilitato, esso da agli utenti la possibilità di partecipare sia ad un Instant Win, che ad una periodica estrazione di un maxi premio.
- Personalizzare il **messaggio di benvenuto** sulla pagina di scelta benefica. C’è un messaggio di default (in italiano, inglese e tedesco), modificabile.

Template Email

Dal pannello “Template Email” è possibile selezionare il template preimpostato per le email che verranno inviate, ed eventualmente personalizzarlo. E’ presente un selettore di lingua, tra italiano, inglese e tedesco. In base alla lingua del destinatario il sistema invierà la versione della lingua corretta.

Testo ed oggetto delle email sono personalizzabili, ed è possibile utilizzare i campi “Nome”, “Cognome”, “Nome azienda”, “Importo” (della donazione), “Data fattura” e “Numero fattura” come variabili, che verranno compilate correttamente per ogni singolo messaggio inviato.

I tasti “Ripristina default” permettono di riportare il testo del messaggio a quello preimpostato da Goodify.

The screenshot shows the 'Template email' tab of the Goodify interface. At the top, there are tabs for 'Dati campagna', 'Template email' (which is selected and highlighted in blue), 'Destinatari', and 'Statistiche'. Below the tabs, there are sections for 'Lingua del template' (set to 'IT'), 'Oggetto' (with merge fields for Nome, Cognome, Nome azienda, Importo, Data fattura, and Numero fattura), and the main message content. The message content includes a placeholder 'Un ringraziamento speciale per te da {{businessName}}' and a 'Ripristina default' button. The message body starts with 'Gentile {{name}} {{surname}},' followed by a paragraph about appreciation and a donation amount. At the bottom, there is another 'Ripristina default' button.

Destinatari

Dal pannello “Destinatari” è possibile caricare l’elenco dei destinatari, sotto forma di elenco con un file CSV.

Il file CSV deve essere formato come quello d’esempio scaricabile (“Scarica file template”): un elenco di dati **separati da virgole**, con la prima riga di intestazione. I campi previsti sono:

- **Email** Email del destinatario (campo obbligatorio)
- **First name**: Nome del destinatario (campo obbligatorio)
- **Last name**: Cognome del destinatario (campo obbligatorio)
- **Amount**: Importo da donare o della fattura (campo obbligatorio). Attenzione che il separatore dei decimali (se necessario) deve essere il punto e non la virgola.
- **Invoice number**: Numero della fattura, per referenza (campo obbligatorio).
- **Invoice date**: Data della fattura, per referenza (campo obbligatorio).
- **Send on**: Data di invio della email. Va inserita in formato AAAA-MM-GG. Se lasciata vuota viene inviata alla prima data possibile (e successiva alla data di inizio della campagna). Le email vengono inviate da un processo automatizzato al mattino, quindi sempre almeno un giorno successivo a quello di inserimento.
- **Template language**: Lingua della email al destinatario. Alternative sono “it”, “en” e “de”. Se lasciato vuoto viene inviata in italiano.

Campagne di tipo “Documento benefico”

La campagna di tipologia “Documento benefico” permette di rendere benefico qualunque documento aziendale (fattura, ricevuta, bolletta, volantino/depliant, biglietto di auguri, buono sconto, ecc...) senza necessitare di alcuna integrazione informatica via API.

La campagna è utilizzabile in due modalità:

A. Utilizzo con link variabile

L’azienda vuole fornire a ciascun destinatario (i suoi clienti, fornitori, collaboratori) un link specifico.

Per fare questo genera dei codici “RedirectID”, che utilizzerà per creare i link/QRcode da riportare sui documenti benefici. Ogni documento riporterà quindi un diverso link.

Vantaggio principale: Ogni utente riceve un documento benefico che riporta direttamente il link/QRcode che attiva la donazione. Maggiore semplicità di utilizzo e velocità/immediatezza.

B. Utilizzo con link fisso

L’azienda si limita a fornire un link unico (l’indirizzo di una pagina web) a ciascun destinatario, il quale dovrà però conoscere anche un proprio codice seriale. Questo può ad esempio essere un codice utente già conosciuto, un codice fiscale, o un codice individuale e specifico che deve essere presente sul documento benefico. L’utente inserisce il proprio codice nella pagina web, e da lì attiva la sua donazione.

L’azienda deve quindi caricare preliminarmente nel sistema Goodify la lista dei codici seriali, e preparare una pagina web che integra il codice (fornito da Goodify) che permette all’utente di trovare il campo di inserimento del proprio seriale per riscattare la donazione.

Goodify può fornire una pagina “chiavi in mano” con indirizzo del tipo goodify.com/nomeazienda.

Vantaggio principale: L’azienda non deve creare documenti con contenuto variabile specifico, essendo il link unico, ed inoltre può sfruttare la pagina web come vetrina per la propria iniziativa benefica, inserendo contenuti emozionali e raccontando il proprio impegno per il sociale.

Preferenze

In quest’ultimo pannello è possibile:

- Abilitare o disabilitare il **concorso a premi** Goodify. Quando abilitato, esso dà agli utenti la possibilità di partecipare sia ad un Instant Win, che ad una periodica estrazione di un maxi premio.
- Personalizzare il **messaggio di benvenuto** sulla pagina di scelta benefica. C’è un messaggio di default (in italiano, inglese e tedesco), modificabile.

Codice di integrazione

Il codice di integrazione serve nel caso di utilizzo della campagna in modalità B), se l’azienda decide di sviluppare in proprio la pagina web di destinazione. Il codice di integrazione permette di inserire nella pagina un riquadro destinato all’inserimento da parte degli utenti del proprio codice seriale per l’attivazione della donazione.

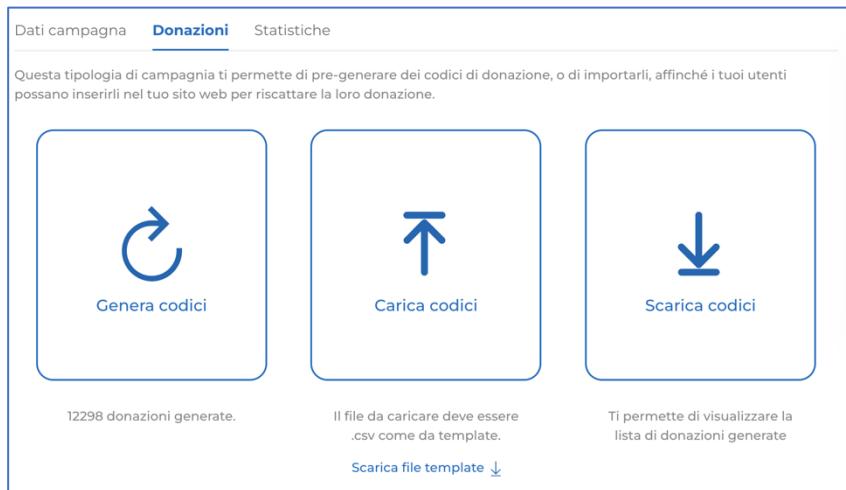
Il tuo codice di integrazione

```
<iframe src="https://me.goodify.com/embed/redeem/55mbeo4d2w6yavcm0718kb2xdv3v715n" width="100%" height="44px"></iframe>
<script>window.addEventListener
```

Inserisci questo codice HTML all’interno del tuo sito web per permettere ai tuoi visitatori di riscattare il proprio codice di donazione.

Donazioni

Il pannello “donazioni” permette di gestire i codici seriali ed i link di donazione, sia nell’utilizzo in modalità A) che B). Il pannello presenta tre pulsanti di funzione principali (Genera codici, Carica codici, Scarica codici).



Dati campagna **Donazioni** Statistiche

Questa tipologia di campagna ti permette di pre-generare dei codici di donazione, o di importarli, affinché i tuoi utenti possano inserirli nel tuo sito web per riscattare la loro donazione.

12298 donazioni generate.

Il file da caricare deve essere .csv come da template.

Ti permette di visualizzare la lista di donazioni generate

[Scarica file template](#)

- 1. Genera codici.** Nel caso di utilizzo in **modalità A**), vanno innanzitutto generate le donazioni che verranno riportate sui documenti benefici sotto forma di link o QRcode benefici. Cliccando su “Genera codici” si apre una finestra che permette di inserire il numero di codici che si desidera generare e l’importo (valore di donazione) di ogni codice. Se si vuole creare più gruppi di link benefici, con importi diversi, è possibile ripetere l’operazione quante volte si vuole.
- 2. Carica codici.** Nel caso di utilizzo in **modalità B**), l’azienda deve comunicare a Goodify la lista dei codici seriali (con relativo valore di donazione) che gli utenti utilizzeranno per attivare le loro donazioni. E’ possibile scaricare un file template che mostra come deve essere creato il file da caricare: si tratta di un semplice file CSV, con valori separati da virgola e prima riga di intestazione, con soli due campi: codice e valore di donazione.
- 3. Scarica codici.** Nel caso di utilizzo in **modalità A**), dopo aver generato le donazioni con il tasto funzione “1 – Genera codici”, si deve procedere a scaricare i codici per creare i link di donazione. Il file che si scarica è un file CSV con i seguenti campi:
 - **ID:** è il codice “redirectID” della donazione. I link per attivare le donazioni vanno costruiti con la seguente sintassi: <https://me.goodify.com/donation/RedirectID>.
 - **AMOUNT:** è il valore in donazione, espresso in euro.
 - **REDEEMED:** può assumere i valori *true* e *false*, a seconda se la donazione è stata già attivata o meno.
 - **EXTERNAL CODE:** è il codice seriale caricato dall’azienda, in caso di utilizzo in modalità B), ovvero un codice assegnato dal sistema e non utilizzato in caso di utilizzo in modalità A).

