



UNICEF

Typhon Haiyan
Campagnes AdWords
ROI de 472 %



Client:
UNICEF Belgium

Secteur/type:
ONG

Autres infos:
Présence mondiale



472% de ROI

86% de nouvelles
visites via les FB Ads

UNICEF défend les droits des enfants à travers le monde et les dons en ligne font partie de la récolte de fonds nécessaires pour poursuivre cette mission.

Ce que Sandrine Devers, Digital Communication et Marketing Manager d'UNICEF Belgium, apprécie le plus dans le travail d'Universem sont « les **connaissances techniques et la volonté d'avancer ensemble vers nos objectifs** ».

Quels sont
les
objectifs
d'UNICEF ?



- Augmenter les dons
- Promouvoir le parrainage
- Augmenter les achats d'HappyPacks

Différentes solutions et types de campagnes ont été proposés et mis en place par Universem **pour aider UNICEF à atteindre ses objectifs.**

Spécialisée en Digital Marketing, Universem conçoit et implémente des stratégies mêlant le référencement naturel (SEO), la publicité online (SEA, SMA) et le Web Analytics afin de booster votre croissance.

Universem SPRL

contact@universem.be • www.universem.be • +32 (0)81 713 430 • +32 (0)2 318 87 68

uni
ver
sem

WEB TRAFFIC OPTIMIZATION



Les campagnes d'urgence

Les opérations d'urgence représentent 25% du budget d'UNICEF.

Il est **crucial pour UNICEF d'obtenir des dons rapidement après le déclenchement d'une catastrophe** pour redonner accès à l'eau potable, à un minimum d'hygiène et vacciner les enfants pour prévenir les épidémies. Grâce à son centre logistique à Copenhague, UNICEF peut envoyer des ressources en urgence **dès les premières heures** qui suivent une catastrophe naturelle.

Pour faire appel aux internautes et obtenir des dons pour intervenir rapidement, **UNICEF doit pouvoir compter sur une communication online rapide** et donc une **équipe de digital marketing réactive**.

- o Exemple de campagnes d'urgence : Haiyan aux Philippines, novembre 2013.



Résultats :

Dès que **les Philippines** ont été frappées par le **typhon Haiyan** en 2013, **Universem a lancé des campagnes Google Adwords en urgence**. Les dons générés par les campagnes ont permis à UNICEF d'obtenir un **ROI de 472%** et ont **contribué à l'intervention efficace à grande échelle d'UNICEF** sur l'archipel dévasté.



Les campagnes ponctuelles

Certaines **campagnes sont actives tout au long de l'année**, comme celles visant à encourager les internautes à faire des dons ou parrainer un enfant.

Il y a cependant des **campagnes plus ponctuelles pour soutenir une action pendant certaines périodes de l'année** : Noël, Saint-Valentin, fête des mères, etc.

- o Exemple de campagne ponctuelle : HappyPack, fêtes de fin d'année 2014.



Un HappyPack consiste à acheter un cadeau sous forme de couvertures, de vaccins, de vivres ou de vitamines qui sont envoyés aux enfants qui en ont le plus besoin. En échange, le proche qui reçoit le cadeau obtient un certificat l'informant de l'impact de son don.

En décembre 2014, UNICEF a fait appel à Universem pour lancer cette importante campagne sur **différents canaux : google adwords, facebook ads, gmail sponsored promotion, youtube ads, linkedin ads et twitter ads**.

« J'apprécie spécialement les connaissances techniques et la volonté d'avancer ensemble vers nos objectifs de ma personne de contact chez Universem »
Sandrine Devers,
Digital Communication & Marketing Manager

VOUS AUSSI VOUS SOUHAITEZ BOOSTER VOTRE MARKETING DIGITAL ?

CONTACTEZ-NOUS

Universem SPRL

contact@universem.be • www.universem.be • +32 (0)81 713 430 • +32 (0)2 318 87 68