



UNICEF

Typhon Haiyan
AdWords Campagnes
ROI van 472 %



Klant:
UNICEF Belgium

Sector/type:
NGO

Andere info:
Wereldwijde aanwezigheid



472% ROI

86% nieuwe bezoeken
via FB Ads

UNICEF, het Kinderfonds van de Verenigde Naties is de grootste organisatie voor kinderen en hun rechten in de wereld. Dit werk wordt uitsluitend gefinancierd door vrijwillige bijdragen van overheden en privé donaties.

Wat Sandrine Devers, Digital Communication en Marketing Manager bij UNICEF Belgium, het meest waardeert bij UniverseM zijn « de **technische kennis en de wil om samen vooruit te gaan om de geplande doelen te bereiken**».

Wat zijn de doelstellingen van UNICEF ?



- Het aantal giften verhogen
- Sponsoring laten toenemen
- Meer HappyPacks verkopen

Verschillende oplossingen en type campagnes werden voorgesteld en ingesteld door UniverseM **om Unicef te helpen bij het behalen van hun doelstellingen.**

Gespecialiseerd in Digital Marketing, ontwerpt en implementeert UniverseM strategieën die SEO, online advertising (SEA, SMA) en Web Analytics combineren om uw groei te stimuleren.

UniverseM BVBA

contact@universem.be • www.universem.be • +32 (0)81 713 430 • +32 (0)2 318 23 90



Emergency Campaignes

Noodoperaties omvatten 25% van het UNICEF budget. Het is van **groot belang voor UNICEF om donaties zo snel mogelijk na het uitbreken van een ramp** te verkrijgen. Dit om onmiddellijk drinkwater, een minimum hygiëne en vaccinatie voor kinderen om epidemieën te voorkomen, te kunnen verzekeren. Dankzij het logistiek centrum in Kopenhagen, kan UNICEF in een noodsituatie middelen sturen **in de eerstvolgende uren** na de ramp.

Om hulp te vragen aan internet gebruikers en veel donaties krijgen om snel in te kunnen grijpen, **moet UNICEF kunnen rekenen op zeer snelle online communicatie** en dus ook een zeer **reactief digital marketing team**.

- o **Voorbeeld Emergency Campagne : Haiyan in de Filippijnen, november 2013.**



Resultaat :

Zodra **de Filippijnen** werden getroffen door de **tyfoon Haiyan** in 2013, **lanceerde Universem Google Adwords campagnes**. Donaties gegenereerd door de campagnes hebben het mogelijk gemaakt een **ROI van 472%** te behalen en hebben **bijgedragen aan de succesvolle interventie van UNICEF** op het verwoeste eiland.



Tijdelijke campagnes

Sommige campagnes **zijn heel het jaar actief**, zij zijn ontworpen om internetgebruikers aan te moedigen om donaties te doen of een kind te sponsoren.

Er zijn echter meerdere **ad hoc campagnes om acties gedurende bepaalde tijdstippen van het jaar te ondersteunen** : Kerstmis, Sint-Valentijn, Moederdag, enz.

- o **Voorbeeld tijdelijke campagne : HappyPack, eindejaarsfeesten 2014.**



Een HappyPack is een cadeau dat je koopt onder de vorm van dekens, vaccins, voedsel of vitamines en die naar kinderen in nood worden gestuurd. In ruil ontvangt de persoon voor wie het cadeau bestemd is, een certificaat die hem informeert over de impact van zijn donatie.

In december 2014, heeft UNICEF beroep gemaakt op Universem om deze belangrijke campagne te lanceren via **verschillende kanalen** : **google adwords, facebook ads, gmail sponsored promotion, youtube ads, linkedin ads en twitter ads**.

«Ik waardeer vooral de wil om samen vooruit te gaan in de richting van onze doelen en de technische kennis van mijn contactpersoon bij Universem »
Sandrine Devers,
Digital Communication & Marketing Manager

U OOK WENST UW DIGITALE MARKETING EEN DUWTJE IN DE RUG TE GEVEN?

CONTACTEER ONS

Universem BVBA

contact@universem.be • www.universem.be • +32 (0)81 713 430 • +32 (0)2 318 23 90

