

NUMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:

Categoría 23: Marketing Social

TÍTULO DEL CASO:

Pincha Aquí

NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:

UNICEF

DEPARTAMENTO DESARROLLADOR DEL PLAN:

Inbrax – Adrenaline (Sudáfrica)

PERSONAS RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

Carolina Pinheiro (CEO, Inbrax), Carlos Heredia (Gerente de Recaudaciones)



1.- INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO)

UNICEF colabora con los gobiernos y organismos de la sociedad civil para superar los obstáculos impuestos a la niñez por la pobreza, la violencia, la enfermedad y la discriminación, así como cualquier otra situación que impida su normal desarrollo.

En una etapa temprana durante la pandemia del COVID-19, rápidamente se hizo evidente que para poner fin a esta crisis global no solo necesitamos vacunas contra el virus, también se debía asegurar de que todos en el mundo tengan acceso a ellas.

Meses antes de que las vacunas se pusieran a disposición de la población, los países desarrollados pudieron asegurarse millones de dosis de vacunas contra el COVID-19, un privilegio al que no tuvo acceso el resto del mundo, considerando las pocas posibilidades que tienen los países con menores ingresos donde vemos las dificultades para atender a su población.

Esta distribución asimétrica se ha convertido en motivo de preocupación de la sociedad, que aspira a ampliar esa distribución en un contexto de alta demanda, desafíos logísticos y problemas de desconfianza en comunidades locales. Algunos países tendrán que esperar meses e incluso años hasta que toda su población pueda ser inmunizada.

2.- PROPUESTA/ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

Los desafíos que se presentaron con la crisis del Covid-19 presentaron una oportunidad para que las organizaciones evolucionen a una nueva realidad donde predomina la presencia digital para relacionarse con el consumidor de manera más empática y simple.

Es por ello que se impactó a los usuarios con la realidad de los más vulnerables, y que a su vez los motivará a ser un actor relevante en la lucha contra el COVID-19 desde las posibilidades que los canales digitales ofrecen. Esto inspiró la estrategia digital en una fórmula: formato + canal + CTA. Bajo este contexto se buscó la forma más eficiente, cercana y simple para lograr que la comunidad pudiese aportar desde su hogar con un simple clic para donar una vacuna.

La colecta online se llamó “PINCHA AQUÍ AHORA” y se focalizó 100% en banners display que convertían un simple clic literalmente en una vacuna (donación).

Los objetivos fueron:

- Lograr un alcance potencial de 10 millones en la audiencia en Latinoamérica durante el período de campaña.
- Lograr 500.000 donaciones efectivas que se traducen en vacunas contra el virus Covid-19.
- Lograr 500.000 usuarios efectivos al sitio web.

3.- DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

Una vez analizadas las métricas de los distintos canales digitales: publicidad en redes sociales, sitios web, display ads de Google, entre otros, se establecieron parámetros de performance, para definir una estrategia digital simple pero eficaz.

El plan táctico digital tuvo como directriz el emplear códigos comunicacionales digitales que cumplieren con la simpleza en su propuesta y directo en su llamada a la acción. De esta manera, el LINK AD y el VIDEO LINK AD resultaron ser los candidatos más eficaces para implementar la colecta online de Unicef “PINCHA AQUÍ AHORA”, cuyo fin era convertir un clic en vacuna (donación).

La propuesta de canal se apoyó en una estrategia de publicidad digital 100% pagada estableciendo una campaña de display que permitió aumentar la consideración con grupos de interés y población en general, y con mayor probabilidades de conversión.

4.- RESULTADOS Y EVALUACIÓN

El alcance con la comunicación durante el período de la campaña llegó a más de 40 millones de personas (un +400% del objetivo planteado).

Se lograron donar +100M de vacunas contra el Covid 19 que fueron entregadas mediante el mecanismo COVAX a países de escasos recursos de Latinoamérica y el Caribe.

Se logró +20M de usuarios efectivos en el sitio web durante el período de campaña.