



Save the Children



Mercadotecnia con Causa

Alianza con Save the Children



Save the Children

Mercadotecnia con Causa

En Save the Children trabajamos con empresas líderes en programas de mercadotecnia con causa nacionales y globales. Juntos buscamos lograr los objetivos comerciales de nuestros aliados a través de la conexión con la misión, la marca y los programas de Save the Children, los cuales tienen como objetivo el generar cambios positivos y duraderos en la vida de las niñas y niños.

¿Por qué desarrollar una alianza con Save the Children?

- **Misión sólida:** Impulsar avances significativos en la forma en la que el mundo trata a las niñas y a los niños, a fin de generar cambios inmediatos y duraderos en sus vidas.
- **Impacto significativo:** En 2017, Save the Children impactó más de 143 millones de niñas y niños.
- **Filosofía de alianza:** Forjamos una alianza estratégica a largo plazo que genera gran valor y beneficios comerciales bajo programas personalizados.
- **Posición de marca:** Save the Children es una marca globalmente confiable y reconocida en mercados clave. Nuestra marca facilita una plataforma para que las empresas líderes puedan atraer e involucrar a sus consumidores de una manera auténtica y exitosa.
- **Recurso creativo en mercadotecnia:** Save the Children ofrece oportunidades de marca y comunicación a través de las redes sociales y plataforma de medios digitales.

Elementos de nuestra alianza alineados con causa:

- **Simplicidad** a través de un mecanismo de donación clara para que los consumidores entiendan el impacto de su acción a nuestra misión.
- **Aportación fiable** a nuestra misión, para que los consumidores vean la donación hecha por la marca como una inversión a la alianza.
- **Plan de comunicación** integrado alcanzar audiencias internas y externas.
- **Opción de campañas digitales y/o en punto de venta**





Save the Children

CIBanco – Campaña Punto de Venta

Peso x Peso

La campaña inicio en 2013 con el objetivo de darle una mejor oportunidad a niñas y niños menores de 6 años.

El banco duplica el dinero que sus clientes donan a Save the Children.

El monto recaudado por un año fue de \$229,680.45 pesos.

La campaña duró hasta 2015 apoyando a más de 10,000 niñas y niños.

Es una campaña que se realizaba cada año.



BIC – Campaña Punto de Venta

Mejorando la educación

BIC, líder mundial en papelería y Save the Children anunciaron en 2015 una alianza para fortalecer el derecho a una educación de calidad para las niñas y los niños que viven en contextos vulnerables en México.

Una de nuestras primeras acciones fue desarrollar una campaña de útiles escolares en los diferentes puntos de venta de BIC México. En la compra de un producto BIC Evolution durante agosto y septiembre, BIC donó un artículo a un estudiante para apoyar su desarrollo. A través de estas ventas, BIC donó más de un millón de productos en 18 estados en México.

Respuesta Humanitaria y Preparación

En 2018, debido a los terremotos de septiembre 2017, BIC en alianza con las tiendas Oxxo apoyará nuestras acciones de Respuesta Humanitaria, a través de la compra de un encendedor en las tiendas de Oxxo. El dinero recaudado se usará para la reconstrucción de una de las escuelas que fueron dañadas por el terremoto.





Save the Children

Mattel – Campaña digital y en Punto de Venta



“Jugar es compartir”

2016

Fisher-Price y Save the Children buscan brindar diversión y mejorar las oportunidades de las niñas y los niños que viven en contextos de vulnerabilidad en México.

Con esta campaña se donaron \$70,000 USD y 350 juguetes para Save the Children, beneficiando el desarrollo de la primera infancia y a más de 1,000 niñas y niños de los 0 a 6 años de edad.

2017

Mattel donó \$71,000 USD como respuesta a la emergencia humanitaria por los terremotos que enfrentó México en septiembre 2017. Con la compra de un juguete de la marca Fisher Price de Mattel, destina un porcentaje de su costo total a la reconstrucción de una escuela en Puebla.



Johnson & Johnson – Campaña digital



En 2014, Johnson & Johnson anuncio el compromiso de \$10,000 millones de USD y se convirtió en un aliado estratégico de Save the Children.

El apoyo de Johnson & Johnson involucró a los consumidores para generar conciencia y acción:

- Spots en los medios de comunicación con embajadoras que son madres como Hilary Duff, el programa genero millones de reproducciones.
- Cupones en revistas para consumidores.
- Incluido en el catálogo de regalos Save the Children.



Save the Children

Procter & Gamble – Campaña Digital y Punto de Venta

Durante tres años, la alianza de Save the Children con los productos de la marca Vick en la campaña de “Breath for Life”, ha impactado a más de 700,000 niñas y niños que sufren de neumonía en Bangladesh. Esta alianza tiene una conexión clara y fuerte con las características de la marca P&G Vick. Acciones clave:



- Promoción en tienda y producto en España, Australia y Nueva Zelanda.
- Redes Sociales: Página de Facebook en ambos mercados, por un “Me gusta”, \$1 dólar sería donado en Australia, lo que aumentó significativamente la base de seguidores de Vick en Australia a 65,000 “Me gusta”.
- Punto de Venta y RP enfocado: revistas de mujeres, bloggers de madres y programas de televisión durante el día.
- Apoyo de celebridades en todos los mercados, aprovechando el material de fotos y video reunido durante una visita a Bangladesh.



Carter’s - Campaña Digital y Punto de Venta

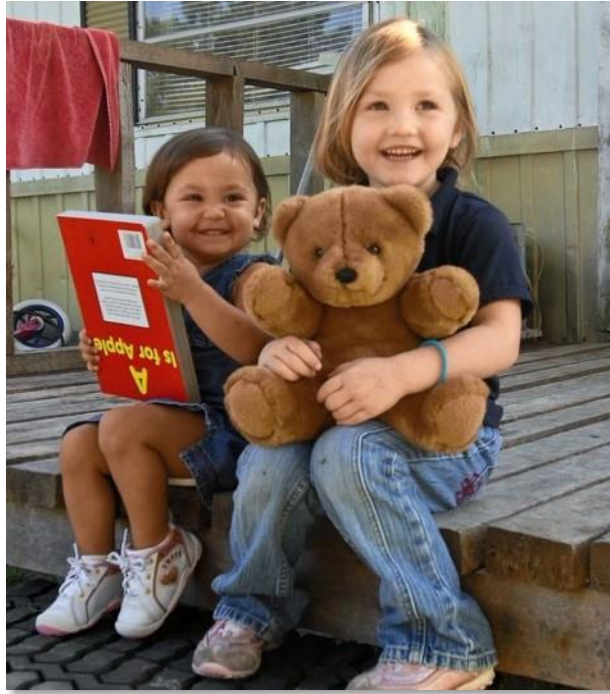
Para celebrar el Día de las Madres, Carter y Oshkosh “In Honor of Mother’s Day”, una campaña que se centró en darles a las mamás un nuevo comienzo para sus hijas e hijos, incluía:

- Promoción de donación en tienda
- Compañías comparten campaña procuración de fondos.
- Publicaciones en redes sociales
- Correos electrónicos a consumidores en línea





Save the Children



Save the Children invierte en la niñez—todos los días, en tiempos de crisis y por nuestro futuro.

Estamos dedicados a garantizar que todas las niñas y niños tengan la mejor oportunidad para el éxito. Nuestros programas son pioneros en brindar a las niñas y niños oportunidades de vida con salud, la oportunidad de aprender y de protección ante cualquier tipo de daño. Estamos comprometidos a defender la voz de las niñas y niños. Como Organización líder e independiente, inspiramos y logramos un impacto duradero en las vidas de las niñas y niños que viven en contextos vulnerables alrededor del mundo.

Transformando la vida de las niñas y niños, cambiamos su futuro y el nuestro.

PARA MÁS INFORMACIÓN:

Laura Adriana Nava Reyna
Alianzas Estratégicas México
adriana.nava@savethechildren.org
