

BENE LA COMUNICAZIONE A SOSTEGNO DI SOS VILLAGGI DEI BAMBINI

4w MarketPlace, ottimi risultati in internet per il non profit

AZIONI DI CONTEXTUAL ADVERTISING IN FAVORE DELL'ADOZIONE A DISTANZA: RACCOLTE 800 RICHIESTE IN 12 MESI

4w MarketPlace comunica gli ottimi risultati raggiunti dalla campagna a sostegno delle attività di **Sos Villaggi dei Bambini**. 4w MarketPlace, operatore del contextual advertising online, ha supportato Sos Villaggi dei Bambini nella realizzazione della campagna di web marketing 2009/10 a sostegno dell'adozione a distanza. 4w MarketPlace ha contribuito alla selezione di un target adulto, di buona cultura e orientato all'utilizzo di nuove tecnologie, che costituisce il profilo ideale di chi ha sempre avuto il desiderio di

adottare a distanza un bambino nel mondo. L'operazione di 4w MarketPlace si è concretizzata in una campagna di lead acquisition basata su azioni di contextual advertising utilizzando il proprio bacino di **Premium Publishing Network** (il consorzio fondato da **Rcs Media Group** e il **Gruppo l'Espresso** del quale fanno parte 57 testate tra cui i principali quotidiani italiani e le emittenti del gruppo **Finelco**). Grazie alla particolare attenzione posta sul targeting e sul profiling di questa campagna, è stato possibile racco-

gliere 800 richieste di adozioni a distanza in 12 mesi, periodo in cui la campagna è stata online. «Presidiando costantemente l'audience, accessibile grazie all'offerta di 4w MarketPlace, abbiamo ottenuto ottimi risultati che ci hanno permesso di raggiungere gli obiettivi prefissati», spiega **Enrico Mazzini**, presidente di Sos Villaggi Bambini. Trattandosi di un'iniziativa non profit, il rigore è stato massimo nel contenere le spese di comunicazione. Risultato

anche in questo caso raggiunto mantenendo il costo per lead stabile per tutta la campagna, senza variazioni legate alla stagionalità o alla contemporaneità di altre campagne di charity.

