

Fundacja Św. Jana Jerozolimskiego

Niemal 34-krotny zwrot z inwestycji z reklamy w linkach sponsorowanych

„Dzięki naszym wspólnym akcjom związanym z pozyskiwaniem 1% wpłat od stycznia do końca lipca 2008 r. wpłynęło na konto Fundacji 127.900zł. Sukces ogromny!”

Joanna Radziwiłł
Prezes Fundacji



Fundacja Św. Jana Jerozolimskiego działa od blisko 18 lat. Jej misją jest wyrównywanie szans społeczno-rozwojowo-educacyjnych wśród dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych. Działalność fundacji opiera się przede wszystkim na niesieniu pomocy dzieciom z rodzin dysfunkcyjnych. W 2005 roku fundacja uzyskała status Organizacji Pożytku Publicznego.



Strategia

Do końca 2006r. darczyńcami Fundacji były głównie osoby zaangażowane w jej działalność. W 2007r. prezes Fundacji – Joanna Radziwiłł – zdecydowała się na pozyskanie nowych ofiarodawców poprzez reklamę w Internecie. Kampania trwała ponad **3 miesiące** (od 16 stycznia do 30 kwietnia 2007 roku), a **celem kampanii**, wyznaczonym firmie **Net Solutions**, było zapewnienie finansowania Fundacji Św. Jana Jerozolimskiego z tytułu darowizn 1% podatku. Kampania **skierowana** była do osób pracujących, mieszkających na terenie całej Polski, korzystających z Internetu i chcących przekazać 1% swojego podatku na rzecz Organizacji Pożytku Publicznego, w szczególności osób, którym nie jest obojętny los osób niepełnosprawnych bądź dzieci i młodzieży z rodzin ubogich i patologicznych.

Agencja Interaktywna **Net Solutions** zarekomendowała w tym przypadku kampanię w linkach sponsorowanych Google AdWords, gdyż najbardziej odpowiadała ona charakterowi kampanii. Miała to być krótka, intensywne reklama, trwająca ok. 3 miesiące, która po upływie terminu składania rocznych zeznań podatkowych zostanie wyłączona i przestanie generować niepotrzebne koszty.

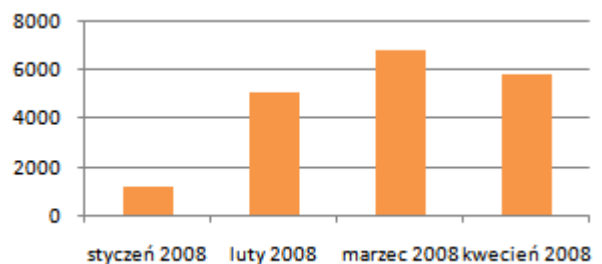
Jak mówi Paweł Tkaczyk, odpowiedzialny za przebieg tej kampanii w **Net Solutions**, „Staraliśmy się trafić do wyznaczonej grupy docelowej poprzez odpowiedni dobór słów kluczowych i treści reklam, które jednoznacznie wskazywać miały na możliwość pomocy dzieciom z rodzin ubogich i patologicznych”

W 2008 roku ponownie została uruchomiona kampania reklamowa w linkach sponsorowanych, tym razem na okres 4 miesięcy. Wyniki są imponujące ponieważ Fundacji udało się zebrać kwotę w wysokości ok. 128 tys. zł. Prezes Fundacji Joanna Radziwiłł mówi o tym wyniku: „Sukces ogromny!”.

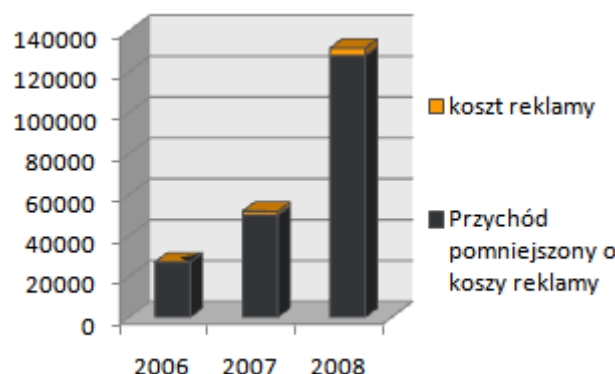
Koszty reklamy to niespełna 2% tegorocznych wpływów Fundacji

Rezultaty

Jak widać na wykresie największa aktywność kampanii prowadzonej przez **Net Solutions** przypada na miesiąc marzec 2008 r.



Każda złotówka przeznaczona na reklamę zaowocowała wpłatą w wysokości 34,61zł! (ROI = 3361%)



Dzięki współpracy z firmą **Net Solutions** Fundacja uzyskała dwa i pół raza więcej wpłat z tytułu darowizn 1% podatku, niż w roku ubiegłym. Oznacza to wzrost wpłat o 40% w stosunku do roku ubiegłego po uwzględnieniu kosztów reklamy. Wskaźnik ROI (zwrot z inwestycji) wyniósł w tym przypadku 3361%. Oznacza to, że za każde 1zł wydane na kampanię Fundacja dostała aż 34,61zł.

Net Solutions jest agencją interaktywną zajmującą się e-marketingiem. Więcej informacji znaleźć można na stronie: www.netsolutions.pl

reklama@netsolutions.pl
tel.: +48(22)810-43-60
fax.: +48(22)810-32-26