

# WaterAid

Améliorer l'engagement grâce à un outil de branding digital et innovant



## LE CHALLENGE

WaterAid est une organisation non gouvernementale présente dans 38 pays, dont la mission est l'acheminement et l'assainissement de l'eau et l'éducation des populations à l'hygiène. Depuis sa création en 1981, WaterAid s'implique activement dans des événements sportifs et musicaux, au cours desquels elle collecte des signatures pour ses pétitions et fait connaître ses actions.

WaterAid a cherché à développer un outil de branding innovant afin d'augmenter l'engagement des jeunes présents à ces événements, et de digitaliser son discours. L'autre objectif était de développer la base de données de militants, d'améliorer l'affinité avec la marque et d'augmenter la notoriété de ses projets.

## LA SOLUTION

WaterAid effectue régulièrement des campagnes email à destination des militants et des participants à ces événements pour favoriser leur engagement et les placer ainsi comme acteurs à part entière.

WaterAid a entrepris une démarche basée sur la recherche afin de comprendre au mieux le profil des jeunes populations qu'elle cible. Ainsi, des entretiens téléphoniques ont été réalisés avec des jeunes adultes et ont permis d'identifier leurs motivations à s'engager dans la cause défendue par l'organisation. Les recherches ont montré que les jeunes étaient tout à fait enclins à soutenir des œuvres de charité, notamment en partageant du contenu via les réseaux sociaux.

Cette cible de « digital-natives » semblait également apprécier avoir une longueur d'avance, suivre les tendances technologiques et se mêler à des communautés avec lesquelles elle partage des centres d'intérêts lors de festivals et autres événements sportifs. Pour atteindre l'audience ciblée et favoriser son engagement, les équipes de 1000mercis ont pensé à une solution qui serait

technologiquement pertinente, intuitive et pratique pour tous types d'événements : une application de partage de cartes postales électroniques.

Cette application permet à ses utilisateurs de conserver des souvenirs lors des événements et de les partager avec leurs amis. Cette approche récréative est un moyen pour WaterAid d'engager les utilisateurs de l'application, mais aussi une occasion d'agrandir sa base de militants « digital-natives » et de maximiser la portée de son message.

Les équipes de 1000mercis ont mis en place un système de collecte de signatures directement dans le processus d'envoi de l'application. Ainsi, pendant que les participants reçoivent un souvenir de l'événement, WaterAid collecte de nouvelles signatures pour ses pétitions grâce à un lien directement connecté à la carte postale envoyée. L'ajout de cases à cocher a permis à WaterAid de collecter de nouveaux opt-ins emails pour ses futures campagnes email.

**+22%**  
taux d'ouverture  
des cartes postales  
envoyées

**3**  
semaines  
de mise en place

La création d'une application nous a permis d'atteindre rapidement une cible porteuse et de prendre le virage de la digitalisation avec succès.

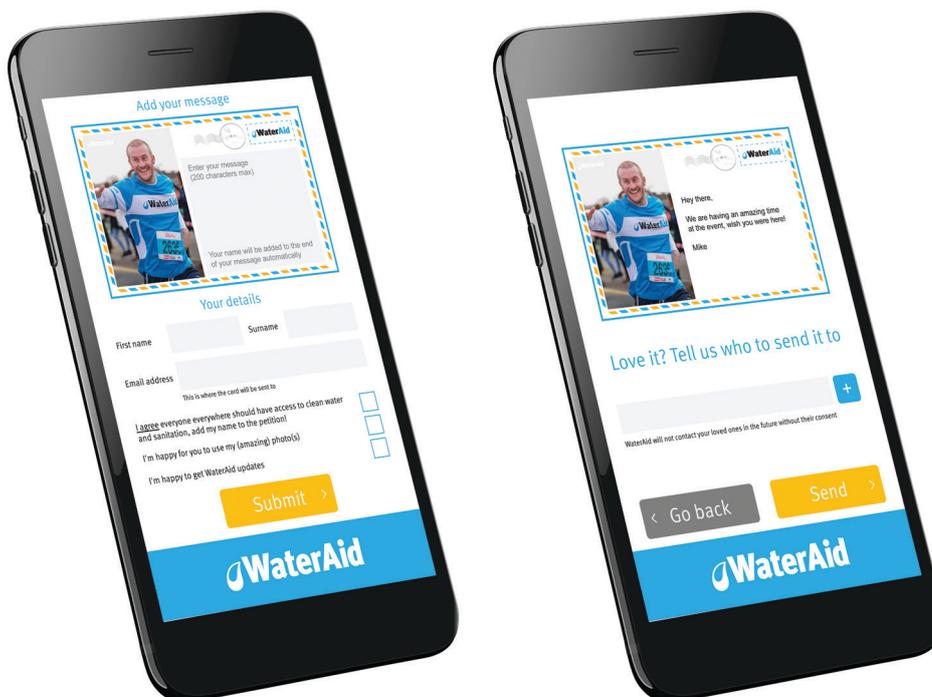
Isabel Glover – Digital Marketing Officer - WaterAid

L'application créée par 1000mercis est également un moyen pour l'association de promouvoir ses projets. Les utilisateurs de l'application pouvaient ainsi customiser leurs photos grâce à des accessoires sur le thème de l'eau, se déguiser en robinet ou même en « superhéros des toilettes ». WaterAid étant engagé dans beaucoup d'événements différents, l'application a été pensée pour s'adapter à n'importe quel événement futur et pour saisir toutes les opportunités de collecte de données.

Enfin, pour économiser les capacités d'autonomie des appareils mobiles, l'application permet aux utilisateurs de partager leurs photos instantanément par email et de les publier sur les réseaux sociaux plus tard. La carte postale est sauvegardée dans l'appareil du participant et peut également servir de souvenir personnel.

LES RÉSULTATS

- | Une mise en place rapide en 3 semaines
- | Un bon taux d'ouverture de 22,29% des cartes postales envoyées
- | Une optimisation du recrutement de WaterAid grâce à un outil innovant
- | Une digitalisation réussie du discours d'une ONG, dans le but de s'adapter à l'audience ciblée



À propos de WaterAid

La vision de WaterAid est celle d'un monde où chacun aura accès à l'eau potable, à l'assainissement et à l'hygiène où qu'il vive. Organisation internationale présente dans 38 pays d'Afrique, d'Asie, d'Amérique centrale et du Pacifique, WaterAid agit pour transformer des vies en améliorant l'accès à l'eau potable et les conditions d'hygiène et d'assainissement de populations parmi les plus pauvres au monde. Depuis 1981, 23 millions de personnes ont pu accéder à l'eau potable grâce à l'action de WaterAid et 21 millions à l'assainissement depuis 2004. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.wateraid.org](http://www.wateraid.org), suivez-nous sur Twitter @WateraidUK ou visitez notre page Facebook à [www.facebook.com/wateraid](http://www.facebook.com/wateraid)



À propos de 1000mercis

Pionnier du Data Marketing et expert reconnu en CRM digital et Marketing programmatique, de la collecte de données (base CRM, DMP) à l'activation multicanal (email, mobile, RTB, réseaux sociaux, in store), le groupe 1000mercis a pour mission de concevoir des dispositifs à fort ROI incrémental pour les annonceurs souhaitant optimiser leurs actions de conquête et de fidélisation. Coté sur Alternext (ALMIL. PA) et opérant dans plus de 30 pays, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 52,7 millions d'euros en 2015. Plus d'informations sur [www.1000mercis.com](http://www.1000mercis.com).