



ESTUDIO DE
COMUNICACIÓN



PUNTO DE PARTIDA

MASSIVEGOOD era un movimiento a escala mundial para recaudar fondos destinados a la consecución de los tres Objetivos de Desarrollo del Milenio relacionados con la salud establecidos por Naciones Unidas en el año 2000.

RETO

Los objetivos que queríamos cumplir eran:

- Dar a conocer MASSIVEGOOD en España.
- Generar notoriedad acerca de esta acción de RSC y ayudar a conseguir donaciones.
- Conseguir el apoyo del mayor número posible de influencers y famosos.

¿CÓMO LO HICIMOS?

A través de una campaña digital que consistía en que los viajeros -al comprar un billete de avión-reservar una habitación de hotel o alquilar un coche podían hacer "clic" en MASSIVEGOOD y realizar una micro-contribución de 2 euros para luchar contra el VIH/SIDA, la malaria y la tuberculosis. Para ello pusimos en marcha un plan de Comunicación global 360° que incluía:



RESULTADOS

España fue el país en el que más recaudación se obtuvo gracias a que la mayoría de los medios de comunicación se hicieron eco del movimiento y conseguimos la involucración de personajes como Miguel Ángel Moratinos, Ministro de Asuntos Exteriores; Javier Solana, ex Alto representante del Consejo para la Política Exterior y de Seguridad Común de la Unión Europea; cantantes como David Bisbal y Raquel del Rosario; y la selección española de fútbol se cambió "la roja" por MASSIVEGOOD.