

Info : Lâ€™UNICEF France, Un site internet d’affichage aux valeurs électroniques
Info

Posté par : JerryG

Publié le : 23/11/2010 14:30:00

La vente de cartes et de cadeaux est une activité historique de l’UNICEF. Aujourd’hui, l’UNICEF France fait évoluer son offre pour répondre à la demande de ses donateurs et lance un nouveau service en ligne d’affichage aux valeurs électroniques. Ce site vient compléter l’offre de [cartes de valeurs traditionnelles de l’UNICEF](#), une des principales sources de financement de ses programmes de terrain.

« La carte papier demeure le produit d’appel traditionnel de l’UNICEF. Pour un particulier comme une entreprise, rien ne peut remplacer une carte de valeur papier, arrivée par courrier, avec un mot personnalisé pour marquer son interlocuteur. Pour les professionnels, c’est également un choix stratégique. Le développement de notre service de e-cards représente un outil complémentaire pour accroître nos ressources. L’UNICEF espère ainsi augmenter sa collecte de fonds grâce à ce nouveau service » déclare **Ann Avril**, Directrice du Développement de l’UNICEF France.



Un site d’affichage pour collecter toujours plus de fonds pour la cause des enfants !

Déjà très dynamique en matière de marketing et communication digitales, l’UNICEF France poursuit son développement sur le web 2.0 avec ce nouveau site d’affichage. Nouvel outil pour accroître la collecte de fonds, la vente de cartes de valeur représente aussi un formidable outil de sensibilisation !

Face à la forte demande de ses donateurs et du public en général, l’UNICEF France a donc testé le modèle des cartes électroniques auprès des entreprises en 2009.

Cette expérience a conforté l’organisation de protection de l’enfance la plus importante au monde, qui a décidé de lancer en novembre 2010 le site à destination des entreprises mais

Accessibilité au grand public.

Grâce à une navigation simple et intuitive, il suffit de 5 minutes pour créer et envoyer une e-card !

Disponible à partir de 9,30â‚¬ les 10 e-cards, ce service vise aussi bien les entreprises (carte personnalisée aux couleurs de la société) que les particuliers.

Les cartes de vœux traditionnelles, le produit phare de la boutique UNICEF

Loin d’être condamné par la révolution numérique, le marché des cartes de vœux traditionnelles reste un marché stable, voire même en légère croissance (+2% en 2009).

L’UNICEF développe constamment de nouvelles initiatives pour soutenir ses actions, collecter des fonds et financer des projets visant à assurer à chaque enfant dans le monde, santé, éducation, égalité et protection.

Depuis la création de sa première carte de vœux en 1949, l’UNICEF propose avec succès ses célèbres collections de cartes de vœux traditionnelles.

L’organisation a su adapter son offre et faire preuve de créativité en lançant régulièrement des nouveautés, des collections uniques ou encore un service sur mesure pour les professionnels.



L’UNICEF accompagne ainsi les grands groupes, PME ou collectivités, et offre un service personnalisé, original et simplifié, leur permettant de réaliser un achat solidaire.

Les cartes de vœux traditionnelles en chiffres :

œ En 2009, lâ€™UNICEF France a vendu plus de 8 millions de cartes.

œ Objectif 2010 : collecter plus de 10Mœ par le biais des ventes de cartes et des cadeaux de la boutique.

œ Partenaire depuis 30 ans, le rœseau de la Poste a permis de collecter 10Mœ en 5 ans !

œ Prœs dœun quart des ventes en valeur est rœalisœ auprœs des entreprises.

[Pour consulter le site d’œdiœ aux cartes de vœux œlectroniques](#)

Les offres de cartes de vœux traditionnelles :

[La boutique solidaire pour les entreprises](#) - A partir de 60œ la liasse de 50 cartes

[La boutique solidaire pour les particuliers](#) - A partir de 7œ la liasse de 10 cartes