



Opération virale

Exemple de service aux TPE & PME



***Marc, responsable RH & Communication de RDS
et l'opération "Médecins Sans Frontières"***

- Budget Marc : à partir de 100€ (forfait unique, facture 100% déductible)
- Durée de l'opération : un mois
- Effort Marc : maximum 2 x 10 minutes
- Objectif : offrir un petit plaisir original à ses clients, employés et fournisseurs
+ associer la société "RDS" à un évènement solidaire et ambitieux



RDS & MSF : une PME locale dans un grand projet solidaire

*Marc est responsable RH & Communication chez RDS,
une PME de 12 personnes, spécialisée dans le design industriel.
Pour lui, rassembler ses employés autour de valeurs communes,
diffuser une image positive de son entreprise auprès des fournisseurs
ou encore se différencier auprès des clients, c'est un challenge quotidien.*

*Marc est sensible à l'état du monde,
mais il manque de temps et il dispose de budgets RSE limités.*

*Cette année, Good-4you lui a proposé de s'associer à une opération originale :
une opération virale et solidaire. En quelques clics et pour un prix forfaitaire
qu'il a fixé lui-même à 300€*, il s'est associé à un événement ambitieux en faveur de MSF.*

Grâce aux sponsors, l'opération a permis d'offrir pas moins de 25.000 € à deux de ses projets phares.

*À son échelle, RDS était de la partie. L'opération a aidé Marc à diffuser une image
moderne, dynamique et solidaire de sa société. Mais elle lui a aussi permis d'offrir
un petit plaisir original à ses employés, à ses clients et à ses fournisseurs.*

Dans la pratique, l'inscription en ligne lui a pris cinq minutes.

*Marc a aussitôt reçu un lien pour aller sur notre plateforme et personnaliser son espace partenaire.
En deux minutes, il y a ajouté son logo et une courte présentation de RDS.*

*Il a aussi expliqué en quelques lignes, pourquoi c'était important pour leur société,
de partager des valeurs humaines fortes et de soutenir les projets d'une ONG comme MSF.*

*Le jour avant le lancement de l'opération, Marc a reçu un mail personnalisé.
Il contenait déjà son logo et un lien vers l'espace solidaire de RDS.
Il lui a suffi de transférer ce mail aux employés, puis aux clients et aux fournisseurs de son choix.*

Marc n'a rien dû faire d'autre. Le reste était automatisé.

*** 80% de cette somme est reversée à MSF**

Suite...



En recevant le mail, les destinataires de Marc ont découvert un principe tout simple. Deux projets de MSF étaient mis à l'honneur : il leur suffisait de choisir gratuitement un des deux projets pour que Good-4you offre aussitôt 1 € à ce projet.

Ils pouvaient ensuite mobiliser leurs amis afin de rassembler 25.000 clics et offrir 25.000 €.

Mieux : chaque internaute pouvait aussi déposer un message d'encouragement à l'attention des bénévoles de MSF sur le terrain.

Pendant un mois, les visiteurs de l'espace solidaire de RDS ont donc fait leur petit clic solidaire et déposé leurs messages à l'attention des bénévoles.

Ils ont aussi mobilisé leurs contacts afin d'atteindre les 25.000 clics.

À tous les étages, ils ont vu le logo de RDS qui figurait au côté de ceux des mains sponsors. RDS était un des piliers d'une opération de solidarité qui a rassemblé des dizaines de milliers d'internautes, mais aussi des dizaines d'indépendants et de PME autour de MSF.

Finalement, Marc a diffusé une image très positive de RDS au sein de son propre réseau. Et l'effet viral a étendu cette image bien au-delà. L'opération lui a permis de communiquer positivement sur une opération de solidarité authentique, concrète et transparente.

Bref, RDS s'est impliquée socialement. Et pour ses employés, ses clients et ses fournisseurs, c'est important.

D'ailleurs, lors de la publication du bilan par MSF, Good-4you a proposé aux clients de RDS de déposer un dernier message, mais cette fois à l'attention de Marc.

Quelques jours plus tard, Marc a eu le plaisir de lire son livre d'or. Il a ainsi découvert tout le bien que ses clients et ses employés pensaient de cette opération de solidarité originale et gratuite à laquelle il leur avait permis de participer.

Sur le plan professionnel, Marc a atteint ses objectifs.

En interne comme en externe, il a diffusé une image très positive de RDS, pour une somme forfaitaire et à un coût/contact imbattable.

Et sur le plan personnel, il a aidé à construire un monde meilleur.

Bref, Marc a joint l'utile à l'agréable. Et il aime ça.

Note : le livre d'or est en option