

## Case Terre des Hommes

Terre des Hommes voorkomt dat kinderen worden uitgebuit, haalt kinderen uit uitbuitingsituaties en zorgt ervoor dat deze kinderen zich in een veilige omgeving kunnen ontwikkelen.

Terre de Hommes werkt aan een wereld waarin alle kinderen een menswaardig bestaan hebben en kunnen opgroeien tot zelfstandige volwassenen.

**Doelstelling:** Donaties lopen drastisch terug. Tracht te achterhalen hoe wij ons proces kunnen verbeteren en laat onze donaties met 20% stijgen

### Aanpak Terre des Hommes:

- We wachten af, ze weten ons wel te vinden als ze willen doneren (passief)
- Nagenoeg geen contact met donateurs, want dat kost te veel geld
- Geen business-to-business tak
- Geen solide marketing- en/of salesplan
- Geen directe focus

### Analyse Victor:

- 65% van donatie gelden komen uit de Randstad. Focus niet op heel NL, maar primair op de Randstad
- Focus op 'slapende' donateurs want zij waren goed voor 80% van de omzet, de structurele giften i.p.v. 100% focus op 2<sup>e</sup> hands producten (kringloopwinkeltjes). Momenteel goed voor 3,27% van de omzet (verkeerde focus!)
- Focus op particulieren i.p.v. BuZa / Overheden (zorg dat je zelf aan het roer staat)
- Stop door-to-door promoteams (oplichters)
- Zorg dat je in het 'huishoudboekje' komt. Je legt het af tegen Unicef, Plan, Warchild. 11 miljard wordt besteed aan sport. 4,3 miljard aan goede doelen.
- Focus op 'vasthoudend' daar ligt de kracht van Terre des Hommes. Het is de 'druppel' in jullie logo: "Een gestaag vallende druppel holt zelfs de hardste steen uit, de aanhouder wint."
- Focus op grootste barrière die geslecht moet worden: imago/image van Terre des Hommes

## Wat is er gedaan:

- Primaire focus is op de Randstad aangebracht
- Er is een Business-to-business Taskforce Team opgezet en met succes (1,5Mio opgehaald)
- Pay-off Terre des Hommes gecreëerd: Terre des Hommes → Stopt kinderuitbuiting
- Imago boost gegeven door met een megacampagne te komen: SWEETIE is in het leven geroepen. Een virtueel meisje dat pedofielen opspoort
- Contact met slapende donateurs opgezet door hen intensief te betrekken bij het SWEETIE project
- Diverse Abri's met SWEETIE zijn geplaatst langs diverse snelwegen
- Free publicity is geïntensiveerd met focus op image van Terre des Hommes met SWEETIE in de hoofdrol

## Wat zijn de uitkomsten:

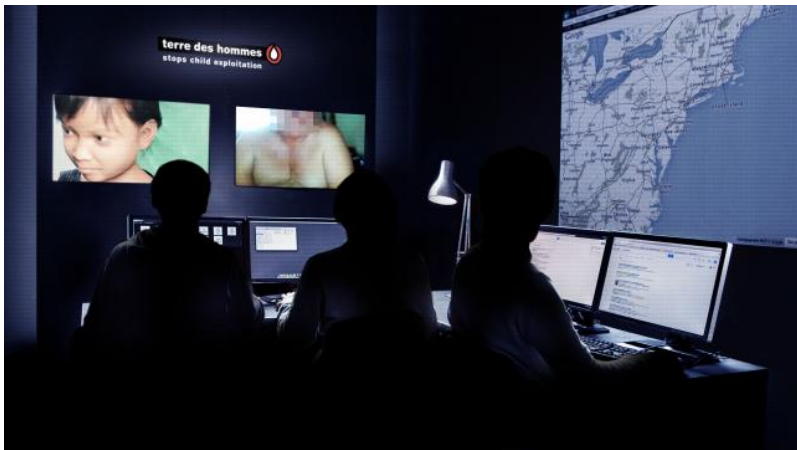
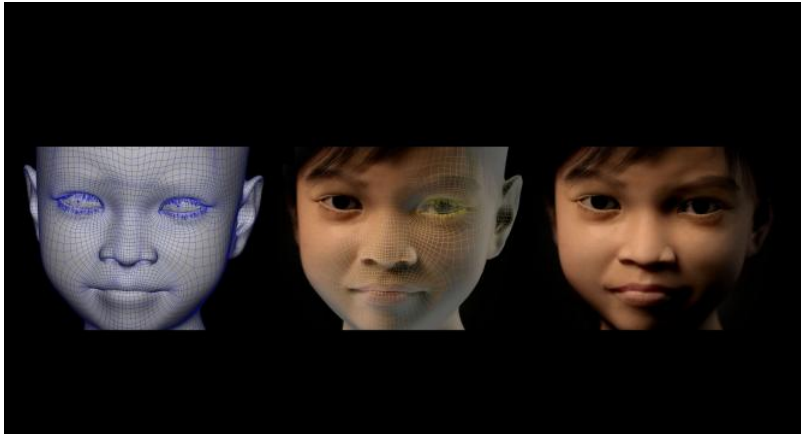
- De omzet (donaties) is gestegen en heeft de doelstelling in jaar 1 gehaald
- SWEETIE-campagne wordt opgepikt en is wereldnieuws (CNN, FOX, BBC enz.) donaties gaan door het dak en wordt gesteund door de Nationale Postcode Loterij met een bedrag van 7,5Mio per jaar
- SWEETIE heeft geleid tot aanhouding van tientallen pedofielen wereldwijd

**Referentie:** Albert Jaap van Santbrink, voormalig Algemeen Directeur Terre des Hommes Nederland: 06 55 16 55 40

(Albert Jaap vecht momenteel, met succes, voor zijn leven tegen kanker. Hij is beslist bereikbaar, zou je hem willen spreken.)

Campagne: Sweetie

Executie: Bureau Lemz



Sweetie ontstaan om online seks met kinderen tegen te gaan. Een waanzinnige campagne die Terre des Hommes ineens op de kaart moest zetten. Deze campagne had mede als taak het merk Terre des Hommes voorgoed af te stoffen.

Het werd wereldnieuws: met behulp van een virtueel lokmeisje genaamd Sweetie, slaagde Terre des Hommes erin om binnen tien weken meer dan 1000 mannen op te sporen die zich schuldig maakten aan misbruik van Filipijnse kinderen via de webcam. Alle intel is overgedragen aan Interpol en meer dan tien arrestaties zijn gedaan.

## Spin off's Sweetie:

**Executie:** Ten Cate Concept & Design  
True Story

Onlinecampagnes (video/banners e.d.) zijn gemaakt om financiële steun te vragen middels sms-donatie:



## Website:



### ONLINE KINDERRUITBUITING. DE HARDE FEITEN:

- 750.000 kindermisbruikers online
- Verstept achter webcams in 71 landen wereldwijd
- 100.000 jonge levens verwoest
- Terre des Hommes creëert virtueel meisje als Sweetie
- Sweetie ontmaskert meer dan 1000 foute mannen
- De profielen van deze online misbruikers zijn nu in handen van Interpol

STEUN ONS v.a. 5,-

## KIES EEN PROJECT EN HELP EEN KIND

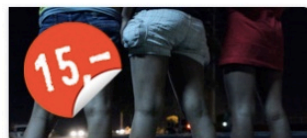
Bekijk de projecten

Voor slechts €2,50 moeten Filipijnse kinderen seksuele handelingen verrichten. Waar regeringen, wetgevingen en ouders het af laten weten gaat Terre des Hommes de strijd aan tegen kinderruitbuiting. Maar wij hebben u daarbij nodig. Steun een van onze projecten. Want alle kleine beetjejes maken een enorm verschil.

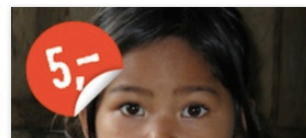
### RECHTVAARDIGHEID



### BESCHERMING



### PREVENTIE



<https://truestory.amsterdam/portfolio/terre-des-hommes/>