

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Stránky „S diabetem naplno“ na Facebooku vznikly pro společnost Medtronic Diabetes v září roku 2014. Jejich zaměření je odborné a cílí na velmi specifickou skupinu uživatelů Facebooku – pacienty s cukrovkou a jejich příbuzné. Hlavním úkolem stránek je zvednout povědomí o inzulinových pumpách Medtronic a povzbudit diabetiky, aby se svého lékaře zeptali na možnost používat inzulinovou pumpu. Tento cíl se daří naplňovat především díky zvolené strategii - stránky představují inzulinové pumpy z pohledu reálných uživatelů, prostřednictvím jejich vlastní osobní zkušenosti. Fanoušci jsou zapojeni do tvorby obsahu a zároveň slouží jako ambasadoři. Do soutěže „Můj život s pumpou“ například posílali vlastní fotografie a příběhy, jak se jim daří překonávat cukrovku. Velký zájem fanoušků vyvolalo testování inzulinové pumpy zdravým člověkem, který si v rámci „Měsíce (skoro)diabetikem“ vyzkoušel na vlastní kůži, jaké to je mít cukrovku. Úspěšné jsou také reálné příběhy pacientů a jejich rodin, které mají informační a motivační funkci. Druhotným cílem je vytvoření aktivní komunity diabetiků. Během 6 měsíců se podařilo rekrutovat více než 2 000 fanoušků se zájmem o diabetes. Díky atraktivnímu, ale přesto odbornému obsahu si stránky i bez PPC reklamy zachovávají vysoký engagement a celkový dosah (přes 100 %).

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Hlavním komunikačním rizikem při zakládání stránky byla značná odbornost tématu v souvislosti se spíše zábavným zaměřením Facebooku. Řešením je vhodné propojení zábavy a odborného obsahu – informace jsou podávány pochopitelnou, lifestylovou formou a s využitím vlastního multimediálního obsahu (fotografie, videa). Odbornost stránek podporují odborníci (nutriční poradci, lékaři), kteří se k tématům vyjadřují. Velkým komunikačním potenciálem je naopak široká komunita diabetiků v ČR (cca 850 tisíc).

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Zahájení projektu „S diabetem naplno“ předcházelo screening a analýza stávajících českých kanálů na sociálních sítích zaměřených na oblast zdravotnictví a diabetes. V českém prostředí existují stránky cílící na diabetiky, žádná však není natolik aktivní.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Stránky se snaží přiblížit fanouškům inzulinové pumpy prakticky, formou vlastní zkušenosti konkrétních uživatelů v rámci patientských příběhů a v praktických situacích. Prostřednictvím fotografické soutěže „Můj život s pumpou“ se podařilo přimět uživatele inzulinových pump, aby sami referovali o své spokojenosti s tímto způsobem léčby a zároveň poskytli ostatním nestranný pohled na výhody života s pumpou. V rámci projektu „Měsíc (skoro) diabetikem“, kdy inzulinovou pumpu testoval zdravý člověk, se podařilo poukázat na výhody pumpy v různých životních situacích. Zároveň se fanoušci aktivně zapojili a sdíleli praktické rady, jak se s diabetem lépe vypořádat. Mnozí projeví zájem inzulinovou pumpu sami vyzkoušet. Patientské příběhy působí reálně, vyvolávají emoce a tím fanoušky podněcují k interakci, k zapojení se do děje na stránkách. Stránky nemají působit komerčně, spíše jako komunitní platforma - proto byl zvolen nebrandovaný název. Produktové informace jsou komunikovány citlivě, například jako tipy nebo právě prostřednictvím speciálních akcí (soutěže, testování, patientské příběhy).

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Během trvání projektu bylo realizováno několik speciálních aktivit: V listopadu u příležitosti Světového dne diabetu proběhla soutěž „Můj život s pumpou“, do které soutěžící posílali fotografie, jak se jim díky inzulinové pumpě povedlo překonat cukrovku. V průběhu února, v rámci projektu „Měsíc (skoro)diabetikem“, si figurantka Kristýna na vlastní kůži vyzkoušela, jaké to je reálně používat inzulinovou pumpu a dodržovat životní styl diabetika a na stránkách pravidelně sdělovala své dojmy.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Během 6 měsíců se z velmi specifické cílové skupiny podařilo rekrutovat více než 2 000 fanoušků se zájmem o diabetes. I bez podpory PPC reklamy si stránky udržují vysoký engagement a dosah příspěvků (přes 100 %). Na stránkách se vytvořila komunita diabetiků, jejíž členové si radí a chtějí se navzájem poznat a sdílet své zkušenosti. Cílem bylo zvýšit povědomí o produktech Medtronic mezi diabetiky a jejich nejbližšími. Realizovaný projekt „Měsíc (skoro)diabetikem“, který měl fanouškům zprostředkovat osobní zážitek s inzulinovou pumpou, zvýšil počet dotazů, jakým způsobem lze o pumpu Medtronic požádat a narostl také počet zmínek o Medtronicu na Facebooku. Celkem zasáhlo 8 publikovaných příspěvků na toto téma 10 017 uživatelů a objevilo se pod nimi 98 komentářů a 472 lajků.