

PŘIHLÁŠKA do 13. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

Ruku na srdce

Koncept: původní

Rozpočet: cca 1.5 mil Kč

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT 2018): Ano

Projekt byl navržen a proveden pro:

Novartis s.r.o.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Havas PR

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.3 Farmacie, zdravotnický sektor

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Michal

Funkce: Vlasák

Firma/organizace: Havas PR

Ulice: Letenské sady 1500

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 724639052

Fax:

E-mail: michal.vlasak@havaspr.com

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Havas PR Prague s.r.o.

Ulice: Letenské sady 1500

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 26121581

DIČ: CZ26121581

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Kampaň prokazatelně zvýšila povědomí o srdečním selhání v české populaci. Statisíce lidí dnes lépe rozumí tomu, jak nebezpečné je toto onemocnění, jak rozpoznat jeho příznaky a umí ho rozlišit od infarktu. Díky tomu mohou včas vyhledat lékaře, zahájit léčbu a prodloužit si život.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Seznámit širokou veřejnost s chronickým srdečním selháním, jež patří mezi méně známá onemocnění srdce. Primární CS 55+.

Strategie:

Edukační kampaň založená na media relations, ale i na přímém setkávání s CS. Médii jsme od jara 2017 dodávali zajímavé informace (počet diagnóz a úmrtí, srovnání s rakovinou, výzkum o povědomí o problematice). Intenzivně jsme zapojili lékaře (citace do TZ, rozhovory v TV a rozhlas). Příběhy pacientů.

Prezentovali jsme srdeční selhání jako onemocnění, které lze těžko odhalit bez konzultace s lékařem, je „maskované“, příznaky (např. dušnost či oteklé kotníky) lidé mylně pokládají za projevy stáří. Na jaře 2018 jsme navázali komunikací výsledků průzkumu o tom, jak lidé (ne)říkají pravdu u lékaře.

Nedostatečná nebo zamlčená fakta komplikují lékařům odhalit nemoci, jako je srdeční selhání.

Kampaň provádí pozitivní vizuály a slogan Ruku na srdce - využití zejména na eventech zaměřených na edukaci a motivování k návštěvě lékaře.

Nástroje a aktivity

Téma jsme otevřeli na jarní TK „Češi a srdeční selhání - hrozba třetího tisíciletí, kterou neznáme“.

Setkání s lékaři u kulatého stolu (IKEM, srpen). Účast předních médií, výsledkem publicita v denících, titulní strana Metra, reportáž České televize (celkem 30 výstupů).

Den zdravé nemocnice v Ústřední vojenské nemocnici (září). Podařilo se nám, aby tato tradiční osvětová akce byla tentokrát celá věnována srdci a chronickému srdečnímu selhání. Účast několika set lidí.

Partnerství se Silvestrovským derby fotbalových internacionálů Sparta - Slavia. Zmínky o kampani v TV, oslovení lidí na místě, vyjádření fotbalových legend, komunikace prostřednictvím kanálů pořadatele akce.

Rozdávání pohlednic „Jsi moje srdeční záležitost babičko/dědečku/maminko/tatínku“ (na derby a v ÚVN). Lidé mohou poslat svým blízkým pohled s vyjádřením lásky a výzvou, aby pečovali o své srdce. Posláno 250 pohlednic.

Výsledky:

Již po půl roce se díky výzkumům veřejného mínění prokázalo, že projekt přináší očekávané výsledky. Srovnání výzkumů STEM/MARK na reprezentativním vzorku populace před zahájením kampaně a na konci roku 2017:

- Méně lidí se chybně domnívá, že srdeční selhání předchází infarktu (před 19 %, po 15 %)
- Více lidí ví, že obojí znamená něco jiného, ale nemá v tom jasno (před 19 %, po 23 %)
- Více lidí ví, že obojí znamená něco jiného a ví v čem je rozdíl (před 4 %, po 8 %)
- Méně lidí souhlasí, že srdeční selhání a infarkt jsou to samé (před 19 %, po 11 %)
- Více lidí si spontánně vybaví srdeční selhání mezi nemocemi srdce (před 0 %, po 1 %)

Přestože posun o 1 % se může zdát malý, mluvíme o 100 000 lidech.

Dokázali jsme to díky 179 mediálním výstupům s celkovou hodnotou opportunity to see 54 mil. a hodnotou získaného mediálního prostoru téměř 13 mil. Kč.

Weblinky:

www.rukunasrdce.cz