

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

100 tisíc neviditelných

Koncept: původní

Rozpočet: 800 000 Kč

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

Projekt byl navržen a proveden pro:

Janssen-Cilag, Lundbeck, Eli Lilly

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.3 Farmacie, zdravotnický sektor

Komunikační nástroje:

III.5 Sólokapr/Media placement

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: Zdeněk Vesecký

Funkce: Account Manager

Firma/organizace: Ogilvy, s.r.o.

Ulice: Přívozní 2A/1064

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 602 640 627

Fax:

E-mail: zdenek.vesecky@ogilvy.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Ogilvy, s.r.o.

Ulice: Přívozní 1064/2a

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 25120158

DIČ: CZ25120158

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Osvětová kampaň cílená na pacienty, jejich blízké a veřejnost informovala o dostupné moderní léčbě schizofrenie umožňující pacientům žít plnohodnotný život a mít nemoc pod kontrolou. Skrze analýzy Seznam.cz a NEWTON Media jsme novinářům ukázali, že mediální obraz nemoci je velmi stigmatizující a nabídli jim nové, nezkreslené informace. Originální a atraktivní mediální obsah jsme následně využili v komunikaci v ordinacích psychiatrů ve formě letáků a brandované remitendy lifestyleových časopisů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem kampaně bylo změnit odmítavý postoj pacientů, potažmo části odborných lékařů k moderní léčbě a seznámit pacienty a jejich rodinné příslušníky s výhodami této léčby, resp. docílit toho, aby si o ni u lékařů sami žádali. Sekundární cílovou skupinou našich aktivit byla laická veřejnost, jejíž negativní postoj vůči schizofrenii a schizofrenním pacientům vychází z přetrvávajícího negativního mediálního obrazu onemocnění, a změnu jejího postoje jsme pro úspěšnost kampaně vnímali jako nezbytnou.

Strategie:

Každý stý obyvatel Česka je schizofrenik. A většina ze 100 tisíc schizofreniků v populaci touží splynout s davem, na svoje onemocnění neupozorňovat a pro společnost být neviditelný. Právě z tohoto insightu vznikl zastřešující kreativní koncept kampaně, který vizuálně ztvárnili členové uměleckého seskupení The Chemistry Gallery originální instalací umístěnou v prostorách Masarykova nádraží v Praze.

Nástroje a aktivity

Komunikační strategii jsme postavili na čtyřech pilířích:

1. originální umělecká instalace ve veřejném prostoru s virálním potenciálem na sociálních sítích a odkazující na microsite,
2. microsite s informacemi o onemocnění a moderní léčbě,
3. relevantní a autentický mediální obsah tvořený pozitivními patientskými příběhy a pohledy odborných lékařů s klíčovým sdělením, že i s tímto onemocněním se při vhodné zvolené léčbě dá normálně žít,
4. komunikace v ordinacích odborných lékařů prostřednictvím letáků a remitendy lifestyleových časopisů s několikastránkovými texty o schizofrenii, které jsme obrandovali páskou s odkazem na microsite kampaně.

Výsledky:

Desítkami výstupů jsme dosáhli celkového mediálního zásahu více než 23 miliónů napříč všemi media typy (TV, rádio, print, online). Microsite navštívilo během prvního měsíce kampaně bez jakékoli online inzertní podpory téměř 6 tisíc návštěvníků, uzavřená FB skupina pacientů se schizofrenií publikovala informace o kampani na svém profilu a přivedla tak na naši microsite klíčovou cílovou skupinu. Do ordinací odborných lékařů jsme doručili 10 tisíc letáků a časopisů s informacemi o léčbě. Pro kampaň jsme bez finanční podpory získali dva partnery (Seznam.cz a NEWTON Media) a záštitu nám poskytla Česká psychiatrická společnost ČLS JEP.

Pacientům jsme ukázali řešení a dali naději, že se schizofrenií se dá docela normálně žít, a veřejnost jsme poučili, že by měla schizofrenii vnímat neschematicky, na základě faktů a bez bulvární zkratky.

Weblinky:

<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1096902795-studio-6/218411010100910/obsah/642571-moderni-lecba-schizofrenie>,
<https://radiozurnal.rozhlas.cz/schizofrenici-se-od-zdravych-lidi-nelisi-pokud-maji-dobrou-lecbu-rika-7615921>,
<https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/570229/vrazda-ve-zdaru-byla-vyjimka-haji-expertka-schizofreniky-co-spusti-nemoc.html>