

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

Název projektu:

Židle s oteklými kotníky

Koncept: původní

Rozpočet: 400000

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:

Novartis

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: Markéta Hrabánková

Funkce: Senior PR Manager

Firma/organizace: Havas PR

Ulice: Letenské sady 1500

Město: Praha 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 702213341

Fax:

E-mail: marketa.hrabankova@havaspr.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Havas Worldwide Prague a.s.

Ulice: Letenské sady 1500

Město: Praha 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 63079054

DIČ: CZ63079054

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Úspěšnou osvětovou kampaň o srdečním selhání jsme obohatili o netradiční aktivaci, která zaujala i média. Díky tomu se podařilo vytvořit další výraznou vlnu publicity k tématu, které jsme tou dobou novinářům nabízeli už jeden a půl roku. Oslovili jsme i lidi, kteří média tolik nesledují, a to přímo v situaci, kdy se u nich mohou projevit příznaky srdečního selhání.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Pokračovat v osvětě o chronickém srdečním selhání, zvyšovat povědomí o příznacích, které provází toto onemocnění: oteklé kotníky, dušnost a další. Přivést návštěvníky na edukativní web Rukunasrdce.cz, který pomáhá rozpoznat příznaky a motivuje k návštěvě lékaře. Primární cílová skupina 55+, sekundárně jejich potomci, kteří o ně pečují, ale jsou i potenciálními pacienty. Onemocnění se rozvíjí u každého pátého nad 40 let.

Strategie:

Zaujmut nečekaným prvkem ve veřejném prostoru, který osloví i ty, co informace k tématu aktivně nehledají. Překvapit je na jejich cestě do práce, při pravidelné procházce se psem. Nenuceně a bez obtěžování. Vytvořili jsme oranžové židle s "oteklými kotníky", které jsme umístili nad několik delších pražských schodišť - tedy do míst, kde se velké množství lidí zadýchá a má tendenci si odpočinout. Důraz na příznaky nemoci je v celé komunikaci klíčový, protože příznaky srdečního selhání většina lidí mylně omlouvá stářím. Je obtížně diagnostikovatelné.

Nástroje a aktivity

Příprava projektu v součinnosti s místní samosprávou. Získání záštity od České internistické společnosti a radního pro zdraví a bydlení MHMP Radka Lacka. Zajištění pacienta trpícího srdečním selháním pro účely TV reportáže. Rozmístění 15 židlí po Praze. Rozeslání tiskové zprávy s fotografiemi.

Výsledky:

Během 5 týdnů od začátku akce jsme na Rukunasrdce.cz přivedli 15 594 nových uživatelů, bez koruny rozpočtu na online podporu webu. Stránka byla zobrazena 24 058krát. Během 22 dní 39 mediálních výstupů o oranžových židlích a srdečním selhání, v čele s reportáží v hlavním zpravodajství TV Nova. To vše v kontextu průběžné PR komunikace, která za rok 2018 vygenerovala dalších 156 mediálních výstupů o srdečním selhání.

Weblinky:

www.rukunasrdce.cz