

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

Název projektu:

LoonaMag by NEXTCLINICS

Koncept: původní

Rozpočet: 500.000,- 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:

NEXTCLINICS International

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

Ewing Public Relations, s.r.o.

**Přihlašujeme do:**

Komunikační nástroje:

III.1 Klasická firemní média (firemní publikace aj.)

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: Martina Skočdopole

Funkce: Account Manager

Firma/organizace: Ewing Public Relations, s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: 603 430 730

Fax:

E-mail: hruskova@ewingpr.cz

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: Ewing Public Relations, s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 49712331

DIČ: CZ49712331

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

LoonaMag je lifestyleový časopis mezinárodní společnosti NEXTCLINICS, který vychází dvakrát ročně v němčině a věnuje se problematice neplodnosti. Aspiruje na posunutí hranic vnímání „lékařského časopisu“ směrem k magazínům oslovujícím širokou veřejnost, což se mu úspěšně daří. Společně s blogem a živým facebookovým profilem vytvořil platformu pro komunitu podstupující cestu IVF. První číslo jsme představili v rámci veletrhu Kinderwunsch Tage v Kolíně/Rýnem v říjnu 2018, druhé vyšlo v březnu 2019.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Zadáním bylo vymyslet, jak atraktivně komunikovat téma IVF. Vytvořili jsme proto pro klienta nový lifestyle brand, který se odlehčenou formou věnuje tématům spojeným s léčbou neplodnosti, zahrnující tištěný magazín, blog a FB profil. Magazín byl vnímán jako vytvoření prostoru pro sdílení informací, které jsou pro téma relevantní. Pobavit a současně informovat, zaujmout a přitom vzdělávat. Časopis měl vyplnit mezeru v komunikaci klienta, který hledal zábavnou cestu, jak by omladil svou image a představil se klientům i v komunikačně moderní podobě.

Cílovou skupinou jsou německy mluvící lidé zajímající se o možnosti reprodukční medicíny. Mimo běžné konzultace s lékařem a vyšetření ale hledají odpovědi na otázky, které jsou spojeny s každodenním životem, a často není prostor pro jejich sdílení uvnitř ordinace.

**Strategie:**

LoonaMag se rozhodl jít cestou účinné a efektivní kombinace čistě pojaté grafiky, která pomáhá srozumitelnosti obsahu. Jednoduchý koncept nezatěžuje cílovou skupinu, pro kterou je primární atraktivní pojetí tématu. Obsah časopisu je vyplněn vyrovnaným poměrem článků přímo referujících o IVF a lifestyleových článků, které se ale okrajově problémů s plodností týkají, jelikož snaha o početí je spojena s celou řadou úprav životního stylu obecně. Atraktivním způsobem kombinuje odborné lékařské informace s populárními tématy, o kterých se v souvislosti se zdravým životním stylem diskutuje. Rubriky jsou rozděleny na pravidelné rozhovory s osobními příběhy pacientů, rubriky speciálně tematizující IVF, pro nastávající matky, pro muže a lifestyle obecně.

Distribuci zajišťují kliniky, které vlastní NEXTCLINICS, a časopis je k dispozici také v rámci veletrhů, kterých se NEXTCLINICS účastní. Veletrh v Kolíně nad Rýnem v říjnu 2018 byl vybrán jako příležitost k představení projektu. Magazín se distribuuje i do kliniky a dalších organizací.

**Nástroje a aktivity**

Ještě před vydáním prvního čísla byl založen facebookový účet LoonaMag, který fungoval jako teaser na samotný „křest“. Po vydání časopisu se přidal i blog, který udržuje komunitu aktivní i v době mezi vydáními jednotlivých tištěných čísel.

Rubriky jsou členěny tak, aby pokryly všechny cílové skupiny – ženy, muže, heterosexuální i homosexuální páry.

**Výsledky:**

Časopis LoonaMag se po prvních dvou číslech setkává jen s pozitivními ohlasy. Komunikujeme často velmi emotivní a bolestivé téma prostřednictvím odvážného obsahu, čisté grafiky a zároveň se vyhýbáme sterilním a vědeckým lékařským sdělením.

**Weblinky:**

[www.loona-mag.com](http://www.loona-mag.com)