
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Uteč plísni

Projekt byl navržen a proveden pro:

Sandoz

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Havas PR

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.3 Zdravotnictví

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 Vlasák

Firma/organizace: Havas PR

Stručné shrnutí projektu:

Plísně na těle nemá nikdo rád a už vůbec si o nich nechce číst nebo na ně narazit na podlaze nákupního centra. Možná proto se produkty na léčbu nehtových a kožních mykóz omezují v komunikaci na vychvalování účinků v inzerátech. Značka Exoderil to změnila. V médiích jsme mluvili o plísních otevřeně a do detailu, přitom vkusně, čímž jsme budovali pozici experta na problematiku. Silná publicita ve spojení s několika netradičními aktivitami zajistila výjimečné postavení Exoderilu mezi konkurencí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Léčivé přípravky Exoderil léčí mykotická onemocnění kůže a nehtů (dále jen mykózy) tím, že hubí jejich původce, na rozdíl od většiny konkurenčních přípravků, které problémy jen potlačují. V roce 2018 byl Exoderil nejprodávanějším ve své kategorii, nicméně dlouhodobě čelí tvrdé konkurenci. Zadáním bylo odlišit Exoderil od konkurence a vyzdvihnout jeho schopnost ničit původce mykózy.

Strategie:

Edukovat o problematice kožních a nehtových mykóz, vysvětlovat způsob léčby a odstranit některá tabu (mám plíseň = nedostatečná hygiena, plísně se týkají jen starších). Klást důraz na včasné použití produktu - jen tak lze dosáhnout úspěšné lokální léčby.

Edukaci pro širokou veřejnost prostřednictvím médií doplnit o aktivaci některých důležitých cílových skupin: běžci, pedikérky.

S běžci dosud značka aktivně nepracovala, přitom je to skupina výrazně náchylnější k problémům (uzavřené vlhké boty živnou půdou růstu hub způsobujících mykózu). Proto jsme s nimi vyrazili na závody.

Pedikérky jsou silnými opinion leadery v problematice kožních a nehtových mykóz. Díky své práci se s problémem setkávají v první línii a mohou nasměrovat ke správnému řešení.

Nástroje a aktivity

Komunikace načasovaná na jaro a léto, kdy se nosí otevřenější obuv.

Téma jsme otevřeli na TK s odborníky s pomocí unikátního výzkumu "Češi a kožní a nehtové mykózy".

Podklady pro lifestyle, zpravodajská a zdravotnická média, např.:

Chodidlo jako sexuální symbol - význam péče o nohy.

Plíseň není jen nehtová aneb desatero proti plísní.

Infografika - Jak na zdravé nehty a kůži u nohou.

Produktové typy Exoderil krém a roztok.

Věděli jste, že: účinná látka naftifin.

Partnerství se závodem Běhej lesy - Jizerská. Pod sloganem Uteč plísní jsme připravili edukační stánky, infostěnu o houbách v lese a houbách na těle a nabídli běžcům fyzioterapeutku a konzultace s podložkou.

Edukační set 50 pedikérkám po celé ČR: plakát, slevové kupony, infografika, tiskové materiály.

Tři obchodní centra: foto point a 3D samolepka na podlaze - umělecké zobrazení původců plísní + infostěna o tom, že houby bohužel nenajdeme jen v lese.

Výsledky:

V roce 2019 Exoderil mediální jedničkou ve svém segmentu (nejvíce zmínek), profiloval se jako expert a zajímavě oslovil významné CS, se kterými dosud nepracoval. Březen - srpen: 84 výstupů o tématu, 53 s brandem.

Běhej lesy: 2 429 účastníků, 48 masáží od fyzioterapeuta, 720 konzultací s podložkou (skoro každý čtvrtý!!!), 400 rozdaných infografik, 479 darovaných ručníků (se sdělením, že na nohy by měl být používán jiný ručník).