
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Poraž obezitu

Projekt byl navržen a proveden pro:

Za lehčí život - Medtronic

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison&Rose

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

Oborové kategorie:

II.3 Zdravotnictví

Komunikační nástroje:

III.7 Tiskové konference

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: Iva Křenová

Firma/organizace: Bison&Rose

Stručné shrnutí projektu:

Extrémní obezitou v České republice trpí 150 tisíc lidí a do roku 2030 by měla ztěžovat život téměř polovině Evropanů. Existuje však řešení obezity v podobě bariatrické léčby. Nám se podařilo nejen vytvořit úspěšnou kampaň, která rozšířila povědomí o možném řešení obezity, dokázali jsme také z hlediska byznysových cílů výrazně snížit náklady na bariatrické zákroky. Od 1. února je tak možné začít vykonávat napříč Českou republikou mnohem více operací.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Naší výzvou bylo rozšířit povědomí o možném řešení obezity, které navíc může vyléčit i cukrovku. Ta se obvykle projevuje jako důsledek u lidí trpících obezitou. Jedná se o takzvanou bariatrickou léčbu. Cílem komunikace proto bylo seznámit širokou veřejnost s bariatrickou léčbou unikátním způsobem, který zaujme veřejnost i média.

Strategie:

Naše komunikační strategie spočívala v rozšíření povědomí o rizicích nadměrné obezity a jejího možného řešení, kterým je bariatrická léčba. Zvýšit její známost a mediální dopad jsme se rozhodli prostřednictvím příběhů pacientů, kteří bariatrický zákrok již podstoupili. Jejich originálním představením se léčba dostala do povědomí široké veřejnosti i médií. Výsledky jsme se rozhodli odhalit na Světový den obezity, který každý rok připadá na 4. března.

Nástroje a aktivity

Uspořádali jsme tiskovou konferenci, kam jsme pozvali špičkové odborníky z řad psychologů, diabetologů či výživových poradců, kteří se problematikou obezity zabývají. Následně jsme zapojili samotné pacienty. Představili se ve vatonových oblecích a vlastním původním oblečení, které znázorňovalo jejich postavu před zákrokem. Chvilu, kdy si převleky sundali, si vyžádala pozornost většiny předních českých médií. Poté následovala diskuse, kde pacienti vyprávěli o svém životě před a po operaci. Život se sto kilogramy navíc si vyzkoušel také redaktor významného on-line média, který své dojmy předal veřejnosti.

Výsledky:

Klíčová sdělení naší kampaně převzala většina českých médií, včetně všech velkých televizních stanic, a tak celkový zásah činil celkem 7,6 milionů lidí. Vedle pacientů se nám podařilo zviditelnit projekt i samotné lékaře. Z hlediska byznysových cílů jsme dokázali výrazně snížit náklady na bariatrické zákroky, to znamená, že od 1. února je možné začít vykonávat mnohem více operací napříč Českou republikou. A dočkali jsme se i mezinárodního úspěchu – dočkali jsme se výhry během World Obesity Day 2020, kde jsme s bariatrickou kampaní získali 1. místo v kategorii Best communications activities.

Weblinky:

https://www.youtube.com/watch?v=5IKKzqzUWgc&ab_channel=IvaKrenova