
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Opomíjená nemoc u opomíjené skupiny žen

Projekt byl navržen a proveden pro:

Amgen

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

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: Lucie Uhlířová

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

I přes nepříznivé podmínky spojené s pandemií koronaviru jsme realizovali komplexní kampaň na podporu povědomí o osteoporóze, zaměřenou na specifickou cílovou skupinu – ženy 50+. Výsledkem byla spokojenost klienta a oslovení velké části cílové skupiny.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Osteoporóza, tedy řídnutí kostí, je nemoc, která je v ČR značně podléčena. Nemoc se přitom netýká jen seniorek, trpí jí více než 33 % žen nad 50 let. A právě ty jsou často podvyšetřeny. Jednou z příčin je to, že se jedná o generaci, která se často stará o své ještě nedospělé děti a zároveň stárnoucí rodiče a nemá tak dost času na péči o své zdraví. Osteoporóza neboli „tichá nemoc“ navíc nebolí, a to až do chvíle, kdy kvůli ní dojde ke zlomenině kosti. Cílem kampaně bylo upozornit ženy 50+ na nebezpečí osteoporózy a motivovat je k tomu, aby se aktivně zajímaly o stav hustoty svých kostí a v případě rizika vzniku osteoporózy (které stanoví praktik po provedení dotazníku FRAX) trvaly na podstoupení denzitometrického vyšetření.

Strategie:

Zaměřili jsme se na cílovou skupinu 50+, ženy sendvičové generace, přestože se osteoporóza týká i starších ročníků a tím jsme dostali téma do širokého povědomí. Zároveň jsme využili mix komunikačních kanálů pro zasažení co nejširší části cílové skupiny.

Nástroje a aktivity

- Ambassador – ambasadorem kampaně jsme zvolili herečku Danu Batulkovou, která věkem rezonuje s naší cílovou skupinou.
- Informační brožura – vytvořili jsme edukační brožuru o osteoporóze, kterou rozdávaly hostesky v rámci stánkové akce v lékárnách BENU.
- Tisková konference k zahájení stánkové akce na lékárnách – klasický formát TK jsme kvůli vládním nařízením museli rychle změnit na online TK. Té se zúčastnilo 35 sledujících a výsledkem bylo 23 výstupů v předních médiích (např. Blesk pro ženy, Český rozhlas, Deník.cz, Aktuálně.cz, ČTK, zdravotnická média a další).
- Inzerce v Denících VLM – před stánkovou akcí v každém městě proběhl v příslušném Deníku VLM inzerát, který na akci upozorňoval.
- Stánková akce v lékárnách BENU – v 18 lékárnách BENU v různých městech ČR měly hostesky oslovovat ženy 50+, informovat je o brožuře a projít s nimi dotazník FRAX ke stanovení míry ohrožení osteoporózou. Kvůli zhoršující se pandemické situaci byla však akce realizována jen v 9 lékárnách.
- TV spoty – ačkoliv to v původním plánu nebylo, kvůli obavám z dalších restrikcí spojených s koronavirem jsme na podzim rychle připravili TV spoty s Danou Batulkovou, které upozorňovaly na nebezpečí osteoporózy. Spoty běžely v listopadu a prosinci na kanálech Nova, Nova Gold, Prima, Prima Love, Prima Krimi, ČT1.

Výsledky:

- Stánková akce v lékárnách – oslovili jsme 560 žen ve věku 50+, brožuru dostalo celkem 332 z nich a dotazník FRAX byl proveden u 228 žen.
- TV kampaň – v listopadu vidělo TV spot alespoň jednou 76,8 % všech českých žen ve věku 50+, v prosinci to bylo 88,4 % z nich. Celkový počet žen ve věku 50+ v České republice je 2 236 130.
- Během TV kampaně telefonovalo mnoho žen do Amgen, aby se zeptalo, kde se mohou nechat vyšetřit.

Weblinky:

<https://mab.to/y1NhXqt0e>