
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Srdeční procházkové trasy

Projekt byl navržen a proveden pro:

Novartis ČR

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Havas PR

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 Strnadová

Firma/organizace: Havas PR

Stručné shrnutí projektu:

Nemoci srdce jsou nejčastější příčinou úmrtí v Česku. Mezi ty méně známé patří chronické srdeční selhání, a proto vznikla osvětová kampaň Ruku na srdce. Ta se v roce 2020 zaměřila na pohyb: právě ten je totiž pro léčbu kardiologických pacientů velmi důležitý. Díky speciálnímu projektu srdečních procházkových tras se podařilo rozhýbat tisíce seniorů, přivést na edukační web desetitisíce lidí, znovu upozornit na problematiku srdečního selhání v médiích a navíc získat uznání od předních kardiologů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem dlouhodobé kampaně Ruku na srdce (od 2017) je edukovat českou veřejnost o chronickém srdečním selhání (CHSS). Jedná se o nemoc, která se rozvíjí u každého pátého nad 40 let a v současnosti jí v ČR trpí asi 230 000 lidí. Ti jsou primární cílovou skupinou. Sekundárně je to široká veřejnost, blízcí pacientů, potenciální pacienti 40+.

Strategie:

Jelikož kampaň běží už čtvrtým rokem a nemůže nabídnout moc nových informací, je třeba přicházet s projekty, které vytvoří důvod, aby se tématu média věnovala. Dříve jsme se věnovali převážně příznakům CHSS, tentokrát jsme téma posunuli směrem k prevenci, důležitosti pohybu a dodržování režimových opatření doporučených lékařem.

Téma jsme zhmotnili pomocí dvou projektů. Prvním byl výzkum o tom, jak Češi dodržují režimová opatření, co si o nich myslí a proč tato opatření hrají stěžejní roli při kardiovaskulárních onemocněních.

Druhým bylo vytvoření srdečních procházkových tras, speciálně navržených pro seniory a kardiovaskulární pacienty.

Nástroje a aktivity

Červen: online TK na téma Češi, srdeční selhání a realita režimových opatření. Vystoupili kardiologové a ředitel Stemmark. 23 novinářů.

Září - říjen: otevření tří procházkových tras s navigací ve stylu kampaně (Olomouc, Hradec Králové, Plzeň). V Olomouci otevření propojeno s Pacientským dnem FN Olomouc (komentované procházky o CHSS, cvičení pro srdce, infostánek, konzultace, měření tlaku, cukru, cholesterolu).

Na otevření navázala regionálně cílená digitální kampaň (bannery).

Průběžně: aktualizace obsahu rukunasrdce.cz, kampaň ve vyhledávačích, media relations.

Výsledky:

Všechny nastavené KPIs jsme přeplnili. Počet výstupů v médiích: 136 (160 % KPI). Výstupů s odkazem na web kampaně: 69 (575 %) - tedy polovina byla „brandovaných“. Opportunity to see přes 44 milionů (210 %). Téměř polovina výstupů vznikla díky otevření tras.

Přístupů na web: 29 234 (234 %), z toho 9 080 díky bannerové kampani, zbývajících 20 154 díky vyjednané publicitě.

Na procházkové trasy se vydalo odhadem přes dva tisíce lidí.

Jeden z nejuznávanějších českých kardiologů Miloš Táborský: „Akce v Olomouci byla vnímána velmi pozitivně, v průběhu měsíce se jí účastnilo více než 800 pacientů, měla kladnou odezvu, rádi bychom pokračovali.“

Radek Pudil z interní kardiologické kliniky FN Hr. Králové: „Přiměřenou fyzickou aktivitu je nutné podporovat i u pacientů se srdečním selháním.

Proto projekt srdeční procházkové trasy přilákal pozornost řady pacientů. Kladný ohlas jsem zaznamenal také mezi kolegy, ale i u nelékařské veřejnosti.“

Weblinky:

www.rukunasrdce.cz