
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Ať každá chvíle stojí za to!

Projekt byl navržen a proveden pro:

ONKO Unie

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ADison

Přihlašujeme do:

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: Hana Křenková

Firma/organizace: ADison

Stručné shrnutí projektu:

Na přelomu roku schválil SÚKL moderní léčbu pro pacientky s metastatickou rakovinou prsu, ale naše čtyřletá práce tím neskončila. Potřebovali jsme ukázat, co to pro pacientky znamená. Faktické informace jsme přiblížili běžnému životu tím, že místo odosobněných „pacientek“ jsme mluvili o māmách nebo babičkách. Téma nám pomohli zachytit malí umělci kresbami krásných okamžiků se svými nejbližšími.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Čtyři roky jsme spolu s ONKO Uníí bojovali za schválení moderní léčby pro metastatické pacientky s rakovinou prsu, díky které mohou prožít kvalitní a aktivní život až do konce svého života. Díky masivní medializaci se nám před dvěma roky podařilo přesvědčit zdravotní pojišťovny, aby nezávisle na rozhodnutí SÚKL začaly léčbu proplácet. Tím ale naše snaha nepřestala a dále jsme upozorňovali na nutnost schválení této léčby státním regulátorem. To se podařilo a první ze tří léků byl schválen. Naše práce se zdála být u konce. Rozhodli jsme se ale využít Světový den rakoviny a upozornit na to, proč je moderní léčba důležitá. S kampaní jsme cílili primárně na ženy z řad laické veřejnosti, ale i na stakeholdery a lékaře.

Strategie:

Benefitem moderní léčby metastatické rakoviny prsu je prodloužení kvalitního života. Rozhodli jsme se tuto výhodu lidem přiblížit za pomoci emocí a vztahu k nejbližším. I takto těžké a vážné téma jsme komunikovali v pozitivním duchu. Místo o pacientkách a jejich problémech jsme hovořili o māmách, tetách a babičkách, které si díky moderní léčbě budou jejich děti a vnoučata pamatovat skrz činnosti, které s nimi mohly prožít, nejen jako pacientky. Poprosili jsme proto děti v našem okolí, aby namalovaly obrázek znázorňující sebe se svou maminkou nebo babičkou. Tak vzniklo 5 vizuálů, které jsme pod claimem „Ať je na co vzpomínat!“ a vysvětlujícím textem komunikovali na sociálních sítích. Zároveň jsme kresby se slovy díky poslali formou pohledu stakeholderům a novinářům, se kterými jsme byli v posledních 4 letech v rámci komunikace ONKO Unie v kontaktu.

Nástroje a aktivity

Primárním kanálem komunikace pro nás byl Facebook a Instagram ONKO Unie, kde jsme příspěvky podpořili reklamní podporou cílenou jak na laickou veřejnost – ženy, tak i na odbornou veřejnost, lékaře.

Téma jsme komunikovali i do nejdůležitějších médií, na které jsme komunikovali faktické informace o schválení léčby SÚKL.

A posledním, ale neméně důležitým, nástrojem byla pohlednice zaslaná 50 politikům, úředníkům, novinářům a klíčovými lékařům, kterým jsme touto cestou poděkovali za jejich snahu a zájem, které tématu v minulých letech projevíli.

Výsledky:

Díky chytlavosti vizuálu se nám i s velmi nízkým rozpočtem podařilo na sociálních sítích oslovit necelých půl milionu lidí a nasbírali jsme přes 3,5 tisíce reakcí (lajků a srdíček). V tradičních médiích jsme docílili kumulovaného zásahu přes 10 milionů, byli jsme například na iDNES.cz či Blesk.cz.

Ale hlavně, získali jsme ohromnou vlnu podpory za to, že na důležitost kvality života upozorňujeme. Protože moderní léčba je zde proto, aby každá chvíle stála za to!