
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Máte to ve svých rukou, společně proti infekci!

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy

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: Tomáš Cafourek

Firma/organizace: Ogilvy

Stručné shrnutí projektu:

Nemocnice vnímáme jako místa, kde se pacienti léčí. Zároveň je v nich ale vysoké riziko infekcí. Ohrožují zdraví pacientů, vysílají personál a prodražují zdravotní péči. Významnou roli v prevenci vzniku infekcí hrají komplexní systémová řešení. Díky hravé kreativě, zajímavému obsahu a efektivně naplánované kampani pro firmu Hartmann jsme stovky zdravotníků přesvědčili, že kvůli společné misi je potřeba spojit síly, a že zlepšení situace mají doslova ve svých rukou.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Společnost Hartmann připravila B2B globální platformu, na které se setkává osvěta k problematice prevence vzniku infekcí, tipy pro každodenní praxi i nabídka komplexního řešení a jednotlivých produktů. Potřebovali jsme ji představit vybraným profesionálům (od hygieniků, sester až po management nemocnic a zdravotnických zařízení). Zadáním bylo vytvořit originální kreativní koncept a navrhnout komunikační nástroje vhodné pro B2B v českém prostředí s cílem přivést na web stovky uživatelů.

Strategie:

Vsadili jsme na výraznou, emoční a vizuálně atraktivní kreativitu v kombinaci s efektivní omni-channel komunikační strategií. Ta byla naplánovaná jak v rovině přímé komunikace (oborové eventy, regionální meetingy, školení a materiály pro obchodní týmy zadavatele), tak i nepřímé (SEO, web, direct mail, sociální sítě, programmatic display ads, print média a POS materiály).

Klíčové sdělení jsme postavili na pocitu odpovědnosti a apelu „Spojme síly pro společnou misi“. Pracovali jsme s insightem (bez)moci a řešení ve vlastních rukou. Právě ruce zdravotníků mohou přenášet infekci. Motiv rukou se proto stal hlavním stavebním prvkem kreativního řešení.

Nástroje a aktivity:

Web - globální platformu jsme lokalizovali pro české prostředí za pomoci originálního kreativního řešení a lokálně relevantního obsahu ve srozumitelné ve struktuře problém - řešení - výsledky sme ilustrovali cestu, kterou se mohou standardní nemocnice okresního typu s řešením Hartmann vydat, včetně vyčíslení konkrétních přínosů, včetně těch ekonomických.

Reklama na SoMe - Facebook, Instagram a LinkedIn.

Fáze awareness - série 15s videí,

fáze consideration - 15s videa a Instant Experience,

fáze conversion - statické reklamy.

Uživatelé jsme přivedli k registraci pro odběr newsletterů.

Programmatic Display Ads - reklamu na SoMe jsme doplnili o programatickou reklamu v online prostředí.

Direct mailing - z leadů ze SoMe a online jsme vytvořili RM databázi pro série direct mailingů.

Print média - placená inzerce a advertorialy ve vybraných oborových médiích.

Výsledky:

Kreativa kampaně stojí na atraktivním vizuálním pojetí s pozitivním tone of voice. Díky strategickému a efektivnímu plánování v rámci komunikačních kanálů se podařilo oslovit statisíce zdravotnických profesionálů, desetitisíce z nich zaujmout, tisíce přivést na web a stovky přimět vrátit se tam opakovaně. Prakticky všechna KPI byla překročena.

Vedle čísel hovoří o úspěchu kampaně i to, že celý koncept vytvořený v ČR implementuje klient pro německý, francouzský, italský a rakouský trh.