
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

#Bezomezení

Klient:

Medtronic Czechia

Agentura / Přihlašovatel:

Bison&Rose

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Iva Polednová

Firma/organizace: Bison&Rose

Stručné shrnutí projektu:

Každý čtvrtý Čech trpí nějakou formou inkontinence. Vzhledem k tomu bylo naše úsilí dvojí: zvýšit povědomí o moderních řešeních problému a prolomit tabu, které téma obklopuje. Abychom dosáhli vytyčených cílů, založili jsme komunikaci na výrazném PR stuntu: vytvořili jsme dvě obrandované mobilní toalety a strategicky je umístili na frekventovaná místa během Světového týdne kontinence. Díky naší kampani #Bezomezení se počet lidí v ordinacích pro sakrální neuromodulaci (SNM) zvýšil o více než polovinu a počet zákroků vzrostl o třetinu!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Hlavním cílem kampaně bylo zvýšit povědomí o inkontinenci, otevřít téma, které je tabu, a upozornit na další možná řešení. Hlavní cílovou skupinou byly osoby s inkontencí a sekundárně širší česká veřejnost. Moderní medicína dnes nabízí trvalé řešení v podobě miniinvazivního zákroku metodou sakrální neuromodulace (SNM). I přes jeho výhody a úspěšnost mají centra pro SNM daleko větší kapacitu, mnoho lidí o této možnosti stále neví.

Strategie a kreativa:

Primárním byznysovým cílem klienta bylo dostat více lidí na specializované kliniky a ideálně navýšit počet zákroků. Jelikož jsme věděli, kolika lidí se tento problém týká, oslovili jsme s kampaní širokou veřejnost. Abychom prolomili tabu, použili jsme PR stunt. Problému jsme dali vizuální podobu, kterou nešlo přehlédnout: na místa s vysokou koncentrací lidí jsme umístili dvě obrandované mobilní toalety. Lidi jsme konfrontovali s něčím, co obvykle nevidí, nebo přesněji – s něčím, co vidět nechtějí. Všechny polepy na toaletách obsahovaly QR kódy s odkazem na náš web.

Nástroje a aktivity:

Kampaň jsme odstartovali výrazným PR stuntem: dvě dřevěné mobilní toalety jsme umístili do vybraných nákupních center (Praha, Ostrava) a do nemocnic (Hořovice, Ostrava). Během týdne v nákupních centrech je vidělo až 350 000 návštěvníků. Souběžně s tím jsme spustili PR kampaň. Medializovali jsme dva zákroky metodou SNM v českých centrech, jejichž hlavním cílem bylo informovat o celodenní poradně pro pacienty s inkontencí. Naši kampaň jsme podpořili důležitými komunikačními kanály: s Lindou Bartošovou jsme natočili podcast a patientské video, patientské organizaci inkonTY jsme založili webové stránky www.inkonty.cz i Instagram a dali jsme novou podobu webu metody SNM www.bezomezeni.cz. Uživatel zde najde kompaktní informace i dotazník pro zájemce o léčbu. Ten po vyplnění vyhodnotí zdravotník a vhodné kandidáty propojí s nejbližším centrem podle místa bydliště.

Výsledky:

Díky naší kampani se navýšil počet zákroků metodou SNM až o třetinu! Zásah kampaně byl 7,2 milionu. Naše komunikační sdělení se objevila v předních českých médiích: byli jsme v hlavním vysílacím čase TV Prima a na České televizi, v rádiích (Český rozhlas a regiony), na významných online portálech (Novinky.cz, iDNES...) a v printu (MF DNES, Právo a další). Do současnosti (2024) jsme obdrželi přes 180 vyplněných dotazníků. Kromě metody jsme zviditelnili také pacienty, lékaře i specializovaná centra a celou problematiku inkontinence.

Weblinky:

<https://www.bezomezeni.cz>, <https://www.inkonty.cz>, <https://www.instagram.com/inkon.ty/>