

# AVON Pochod za zdravé prsia

## AVON Cosmetics

SK  
PR

STRATEGIES

AVON Pochod atraktívnym spôsobom informuje o závažnom ochorení, zapája verejnosť aj osobnosti a vhodne zvolenými nástrojmi od konferencií, rozhovorov s pacientkami, cez workshopy až po samotný pochod autenticky zviditeľňuje kozmetického giganta. Premyslenou komunikáciou sprostredkúva ľuďom nielen dôležité fakty o hrozbách a dôsledkoch ochorenia, ale v prvom rade vyzýva k prevencii. 10. ročník patril doteraz medzi najúspešnejšie vzhľadom na masívnu publicitu s hodnotou presahujúcou 800-tisíc EUR, celkovú účasť verejnosti na podujatí a zapojenie nových tvárí kampane.



### CIEĽ

AVON Pochod sa teší obľube u širokej verejnosti aj vďaka dlhodobej podpore osobností, mimovládnych organizácií, ľudí trpiacich ochorením rakoviny prsníka či odborníkov. Našou úlohou bolo odkomunikovať jubilejný ročník tak, aby sme prilákali čo najviac návštevníkov, zvýšili povedomie o tomto ochorení a zapojili nové tváre oslovujúce mladšie cieľové skupiny. Zároveň sme chceli aktivizovať ľudí a najmä mužov, aby fandili ženám v boji s rakovinou, keďže tohtoročná kampaň sa niesla v duchu #fandimezenam.



## STRATÉGIA

Originálnou formou komunikácie v tradičných médiách, ale aj zapojením influencerov a využitím nových médií sme chceli osloviť čo najväčšiu časť verejnosti. Vzhľadom na celospoločenský význam a filantropický rozmer podujatia sme prihliadali aj na prijateľnú mieru odbornosti a dôstojnú interpretáciu dôležitých informácií týkajúcich sa ochorenia. Posledné 2 roky nabral projekt festivalové prevedenie, aby vyhovovalo širokému vekovému spektru, aj preto sa odohráva v areáli Bratislavského hradu a sprevádzali ho voľnočasové aktivity pre dospelých i rodiny s deťmi.



## REALIZÁCIA

Komunikácia trvala 4 mesiace a počas nej bola problematika témou všetkých kľúčových ako tlačových, tak elektronických a online médií. Projekt AVON Pochod mal pritom niekoľko komunikačných fáz a prešiel zásadnými zmenami:

- 1. Zmena názvu** – pôvodný názov AVON Pochod proti rakovine prsníka vystriedal AVON Pochod za zdravé prsia.
- 2. Nové tváre** – v máji sme realizovali tlačovú konferenciu, na ktorej sme predstavili nové tváre kampane – moderátorku Monu Zázrivcovú, moderátora Miša Saba a youtubera Exploiteda. Odznali tiež novinky spojené s jubilejným ročníkom.
- 3. Nosné rozhovory** – pred podujatím sme médiám sprostredkovali rozhovory s ambasádormi projektu, ženami čo prekonal rakovinu prsníka, či odborným garantom projektu. Pravidelne sme tiež prinášali aktuality spojené s podujatím.
- 4. Najsilnejšia komunikácia** – v deň samotného pochodu sme zaznamenali najväčší záujem médií za uplynulých 10 rokov. Efektívna komunikácia sa prejavila v rýchlosti a kvalite sprostredkovaných informácií o výsledkoch podujatia. Toho sa zúčastnilo 4 500 tisíc ľudí, aj vďaka ktorým AVON odovzdal OZ Zdravá žena výťažok zo vstupeniek v sume 23 450 EUR.

SK  
PR

STRATEGIES



## VÝSLEDKY

Komunikáciou AVON Pochodu za zdravé prsia a sprievodnými aktivitami ako dražba hokejových dresov, či bazár Nosené sa nám podarilo za celé obdobie dosiahnuť vyše 330 mediálnych výstupov, ktorých hodnota dosahuje takmer **885 tisíc EUR**. Tváre projektu sa objavili na titulných stranách 6 printových médií. Podujatie podporili tisíce žien, mužov i detí svojou účasťou. V deň podujatia sa téma ružového pochodu širila aj prostredníctvom sociálnych sietí nielen vďaka osobnostiam, ale najmä mladším návštevníkom, ktorých presvedčili nové tváre a chytľavé heslo kampane #fandimezenam.