

Mucosolvan Junior rozhodil sociálnu sieť (nielen Facebook je sociálne médium)

Výzva

Súčasnú matky sú extrémne citlivé na to, aké lieky podávajú svojim ratolestiam, keď sú choré. Našou hlavnou výzvou bolo presvedčiť matky, že Mucosolvan Junior je najlepším riešením pre ich kašľajúce deti bez ďalších vedľajších účinkov.

Platforma/Nápad

Vieme, že zásadné otázky zdravotného stavu svojich detí matky často konzultujú s inými matkami, hľadajúc potvrdenie svojich liečebných metód a postupov.

Keďže u nás v agentúre veríme, že nielen Facebook môžeme považovať za sociálne médium a nielen akože zábavná aplikácia, ktorá zabaví na pár minút práve toho nesprávneho užívateľa môže byť riešením,

Preto sme hľadali vysoko relevantné a pre cieľovú skupinu dôveryhodné prostredie a realizovali sociálny projekt, s názvom "Mesiac s Mucosolvanom Junior". Stali sme sa súčasťou konverzácie medzi matkami. Projekt sme realizovali na známej sociálnej sieti pre matky Modrého Koníka. V spolupráci s pediatrom sme aktívne moderovali všetky diskusie týkajúce sa detského kašľa.

Consumer Journey

Moderné matky sú dnes samostatnejšie a nezávislejšie ako kedykoľvek predtým. Túto slobodu im poskytuje internet, ktorý im ponúka dostatok potrebných informácií, na základe ktorých sú schopné rozhodovať o tom, čo je pre ich deti najlepšie. Matky zdieľajú informácie s ostatnými matkami a delia sa o svoje skúsenosti s výchovou detí. V situáciách, keď je nutné spraviť kľúčové rozhodnutie, zaujíma ich názor ostatných matiek, ktorý im pomáha prijať správne rozhodnutia.

Výsledky

Počas doby trvania kampane sme aktívne diskutovali s viac ako 600 matkami. Celkovo diskusie zasiahli viac ako 350,000 matiek, ktoré si aktívne čítali rozhovory. Matky samostatne vytvorili 29 tematických skupín, ktoré sa venovali kašľaniu detí. Sociálny projekt bol podporený formátmi na homepage Modrého Koníka, ktoré celkovo vygenerovali viac ako 30 miliónov zobrazení

