

## Zadání kampaně č. 1

Název: Oslovení středoškolských studentů

Klient: Neovize s.r.o.

Kontaktní osoba na straně klienta: Ing. Klára Kašparová, Ph.D. ([16090@mail.muni.cz](mailto:16090@mail.muni.cz))  
Mgr. Lenka Tuzová ([tuzova@neovize.cz](mailto:tuzova@neovize.cz)), MBA

### Současný stav

Jsme soukromá oční klinika se specializací na odstraňování dioptrií laserem a nitroočními operacemi. Dále se věnujeme léčbě šedého zákalu a dalších očních onemocnění (blíže o nás viz <https://www.neovize.cz/o-nas/proc-zvolit-neovizi/#>). Zakládáme si na vysoké kvalitě poskytovaných služeb, naši lékaři jsou zkušení, pracují s nejmodernějšími přístroji a materiály. Stejně tak je pro nás důležitý lidský a odpovědný přístup ke všem našim klientům.

Dlouhodobě se potýkáme s nízkým počtem mladých pacientů na laserové operace (aktuálně je věkový průměr kolem 30 let). Optimální věk pro operaci je přitom 20-26 let. Operaci lze provést v době, kdy je oční vada ustálená. U mladších osob (pod 18 let) je tedy třeba často se zákrokem počkat.

Z výzkumů provedených na jaře 2020 na vzorku VŠ studentů vyplývá, že:

- se k operaci nestaví negativně. Spíše je mnohdy ani nenapadne, že by šlo jejich problém řešit cestou laserové operace a pokud ano, operaci často odkládají;
- spouštěčem zvažování laserové operace je uvědomění si nepohodlí spojeného s nošením brýlí/čoček, pozitivní zkušenost blízké osoby s danou operací a doporučení lékaře;
- jsou při hledání informací důvěřiví a nepřiliš aktivní – neprovádějí si hlubší výzkum, informace hledají především na webových stránkách zařízení, která tyto operace nabízejí;
- už v průběhu hledání informací o laserové operaci si volí 1 kliniku, ve které se následně nechají odoperovat.

### Cílová skupina

Středoškolští studenti trpící dioptrickou vadou (krátkozrakost, dalekozrakost, astigmatismus). O dané skupině zatím nemáme další informace, jelikož jsme se na ni zatím nezaměřovali.

### Cílový stav

Chceme, aby se brněnská klinika NeoVize stala první volbou pro laserovou operaci mladých lidí.

Proto chceme mladé lidi:

- oslovit ještě dříve, než je možné operaci podstoupit;
- ukázat jim řešení jejich problému a vysvětlit výhody operace v mladším věku;
- vybudovat si s nimi důvěryhodný vztah, který následně povede k podstoupení operace v naší klinice.

### Uskutečňované aktivity

Níže uvedené aktivity necílí primárně na zadanou cílovou skupinu, setkat se s nimi však může:

- detailní popis operace a jejího průběhu na <https://www.neovize.cz/laserova-operace-oci/>
- Lasik Party – blíže viz <https://www.neovize.cz/cenik/akce/lasik-party/>
- sleva pro studenty – blíže viz <https://www.neovize.cz/cenik/akce/sleva-pro-studenty/>

- soutěž „Zahod' brýle“ – blíže viz <https://www.neovize.cz/aktuality/879-soutez-zahod-bryle/>
- reklama v obsahové a vyhledávací síti
- FB <https://www.facebook.com/Neovize?fref=ts>
- Instagram [https://www.instagram.com/neovize\\_brno/](https://www.instagram.com/neovize_brno/)
- YouTube [https://www.youtube.com/channel/UCjyy\\_PMPtdJ0j1gf\\_81RmaA?view\\_as=subscriber](https://www.youtube.com/channel/UCjyy_PMPtdJ0j1gf_81RmaA?view_as=subscriber)
- TikTok
- Outdoorová reklama – polep tramvaje
- Spolupracujeme s influencery apod. Např. jsme partnerem Oktagon MMA <https://www.neovize.cz/aktuality/864-neovize-se-stara-o-zrak-mma-zapasniku-oktagonu/>
- podporujeme celou řadu organizací – více viz <https://www.neovize.cz/o-nas/pomahame-a-spolupracujeme/>
- jsme partnerem Florbal Židenice.

### **Hodnocení kampaně**

Kampaň budeme považovat za úspěšnou, pokud:

- budou tvrzení a doporučení podložena daty;
- bude obsahovat silnou myšlenku (kreativní strategie), která se dá rozvíjet i v dlouhodobém horizontu;
- bude kreativní strategie logicky rozvedena do komunikační a mediální strategie, akčních opatření;
- bude nabízet neotřelá řešení v on-line i off-line prostředí;
- bude respektovat pravidla vizuálního stylu NeoVize a obecných pravidel komunikace na zdravotním trhu.

### **Technické informace**

Rozpočet je omezen částkou 500.000 Kč (částku je možné při vhodné argumentaci potřeby navýšit).

V Brně, 30.9.2020