



PRIX DE LA COMMUNICATION SUR LA TRANSFORMATION

COM-ENT DE BRONZE

WE CARE

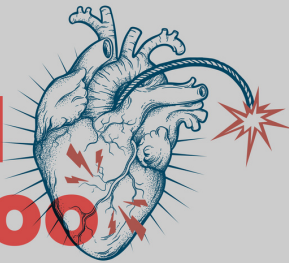
Entreprise : WE CARE

Agence : Nude

Date : 01-2021



Don't
wait
until
it's too
late.



POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Dans le cadre de la pandémie de Covid 19 les personnes atteintes de maladies cardiovasculaires ne fréquentaient plus les hôpitaux ou les cabinets de cardiologies et ceci dans le monde entier. We care est une collaboration entre deux associations : « Euro PCR » et « Stent, save a life » qui se sont réunies dans le but de sensibiliser les cardiologues, les médecins et les patients sur les maladies du coeur.

POUR QUI ?

Cette campagne est a destination des cardiologues, médecins et patients du monde entier.

COMMENT ?

Par le choix d'une campagne choc visant à marquer les esprits, l'agence a opté pour le choix de visuels de personnes de tous horizons montrant leur torse et un "coeur explosif" tatoué sur leur poitrine. Ces visuels ont été

déclinés sur une très large communication sur les réseaux sociaux et un site internet. Les posts réguliers sur LinkedIn, Facebook, Twitter ou encore YouTube ont ainsi permis de diffuser ces visuels chocs. La transformation des habitudes et la volonté de changer l'image de ces maladies fut un véritable challenge : la communication sur les réseaux sociaux tant en vidéo qu'en simple post a permis cette prise de conscience et d'amorcer ce changement des mentalités.

QUELS RÉSULTATS ?

Un véritable succès pour cette opération à l'occasion du congrès mondial de cardiologie en mai 2021 : une adhésion de 100% des cardiologues présents, qui eux même ont relayés l'opération sur leurs réseaux.

- 80% des personnes interrogées disent avoir pris conscience de la gravité en voyant cette opération de communication.
- Une augmentation de 30% des rdv en cardiologie en pleine pandémie de Covid.
- Une augmentation de l'affluence de 20% observée dans les hôpitaux en Europe et aux États Unis.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

La totalité du travail a été fait sur du digital pour permettre une approche plus responsable et atteindre le plus grand nombre.

