

CASE	PRONTO PARA DOAR – UMA CAMPANHA DIGITAL DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE O TRANSPLANTE DE MEDULA ÓSSEA
TIPO DE ORGANIZAÇÃO	Grande Agência
SINOPSE DO CASE	Campanha de conscientização focada no Dia Mundial do Doador de Medula Óssea com o objetivo de desmistificar o procedimento e fomentar o papel fundamental do doador na vida de diversos pacientes com leucemia, especialmente, neste período de pandemia. A estratégia de PR fomentou o compartilhamento de informações por meio de influenciadores, veículos de comunicação e a hashtag #ProntoParaDoar.
CRONOGRAMA	Agosto – 3 semana - Briefing; Agosto – 4 semana - Planejamento; Setembro – 1 semana - Parceria com fornecedores; Contato com influenciadores e envio de press kit; Setembro – 2 a 4 semana - Publicação nas redes sociais;
ORÇAMENTO	R\$ 24.000,00
NÚMERO DE PESSOAS QUE ATUARAM NO PROJETO	14
DETALHAMENTO DA EQUIPE	Amgen Brasil Paola de Andrade; Fernando Pipole, Ana Paula Costa; BCW Latin America Fabiola Sanchez; Brunna Mariel; Jessica Assis; Flavia Rios; Nicole Silia M3Com Maisa Magalhães; Camila Carmo; Luciana Silva; Maurice Oliveira; Rita Abreu; Alex Takehiss

AMGEN®

PRONTO PARA DOAR

UMA CAMPANHA DIGITAL DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE O TRANSPLANTE DE MEDULA ÓSSEA





CENÁRIO E DESAFIO

O número de transplantes de medula óssea diminuiu cerca de 20% no Brasil durante o primeiro semestre de [2020¹](#). E apesar do Brasil ser reconhecido como terceiro maior banco de medula óssea do mundo, 850 pacientes estão na fila aguardando um doador. Estes dados demonstram o impacto da pandemia da COVID-19 na saúde de inúmeros brasileiros que dependem do transplante como única forma de superar uma doença.

A Amgen Brasil, seguindo sua missão de servir os pacientes, promoveu um movimento para fomentar a conscientização sobre a importância da doação de medula óssea e diminuir os tabus relacionados ao tema, reforçando a segurança do procedimento, agilidade e eficiência para mudar a vida de quem aguarda uma nova chance.

A partir de uma mobilização interna bem sucedida, em parceria com um hemocentro, na qual a empresa realizou um mutirão para incentivar os colaboradores a se cadastrarem para a doação, a BCW identificou a oportunidade de extrapolar a conscientização para o público externo, levando informação de qualidade sobre o tema ao maior número de pessoas possível, com objetivo de fomentar o cadastramento de pessoas que, por falta de oportunidade ou conhecimento, nunca consideraram essa possibilidade.



DANDO VOZ A QUEM DE DIREITO

Mas quem poderia endereçar o tema à sociedade com toda a propriedade de quem já lida com esse desafio diariamente? Para agregar credibilidade e autenticidade ao conteúdo da campanha, a BCW recomendou o estabelecimento de parcerias com instituições já envolvidas com a causa, que fossem capazes de compartilhar as principais mensagens da campanha com os diversos stakeholders. A AMEO (Associação de Medula Óssea) e a SBTMO (Sociedade Brasileira de Medula Óssea) concordaram em participar da iniciativa.

CARTA PARA INFLUENCIADORES

Para fomentar a adesão orgânica da campanha, desenvolvemos uma carta sobre a importância da doação de medula óssea no momento de pandemia e o papel do influenciador como provedor de influência e de comportamentos em prol da sociedade.

PRONTO PARA DOAR
Conquistas
DOAR MEDULA É DEVOLVER A ALGUÉM O MELHOR DA VIDA.

Olá!

Se você está recebendo esta carta, é porque sua influência tem o poder de nos ajudar em uma causa muito nobre.

Dia 19 de setembro é o Dia Mundial do Doador de Medula Óssea. A AMEO (Associação de Medula Óssea) e a Amgen uniram-se na campanha #ProntoParaDoar - Doar medula é devolver a alguém o melhor da vida, com o objetivo de disseminar a importância da doação de medula, especialmente neste momento de pandemia, em que muitas pessoas deixaram de fazer esse gesto essencial para a sobrevivência de muitos brasileiros.

Para se tornar um(a) doador(a) de medula, basta procurar no site do REDOME o hemocentro, mais próximo de você, que faça esse cadastro e coletar uma pequena amostra de sangue (10 ml). Quando for constatada a compatibilidade de seu sangue com o de algum paciente que esteja precisando, o hemocentro ligará para você fazer a doação.

Ainda há falta de informação sobre como é simples esse processo, e, por isso, o intuito é reforçar que o procedimento é fácil. Foi criado um site que explica cada passo para quem tem interesse em se cadastrar como doador(a) e poder salvar uma das mais de 850 vidas que estão na fila de espera atualmente.¹

ACESSE: WWW.PRONTOPARADOAR.COM.BR

Convidamos você a vestir a camiseta da campanha, postar em seu Instagram com a hashtag #ProntoParaDoar e divulgar as informações do site aos seus seguidores.

DOAR MEDULA ÓSSEA É DOAR ESPERANÇAS, CONQUISTAS E SORRISOS. É DEVOLVER A ALGUÉM O MELHOR DA VIDA.

LEMBRE-SE! A ESPERANÇA DE ALGUÉM PODE LIGAR PARA VOCÊ!

Apoia:
 WORLD MARROW DONOR DAY
 Amego Associação de Medula Óssea

Referência: 1. <http://redome.inca.gov.br/e-redome/dados/>

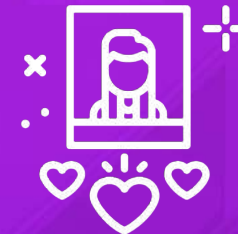
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO



1. Utilizando o mesmo mote e hashtag da campanha interna, a estratégia da BCW foi realizar uma campanha digital humanizada e afetiva, com foco em veículos de comunicação que fomentam a gentileza e as boas notícias, usando a empatia como principal ingrediente para sensibilizar a sociedade sobre a importância da doação.



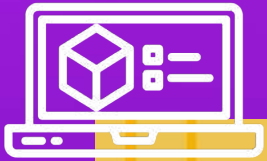
2. Para aumentar ainda mais a visibilidade da causa e aumentar o alcance potencial das mensagens por meio da hashtag, a agência usou sua metodologia exclusiva Trufluence® para mapear influenciadores e celebridades ligados à maternidade/paternidade que pudessem se identificar com o tema e disseminar a iniciativa de forma orgânica.



3. Para potencializar a ação externa e reforçar a mobilização interna realizada previamente, os colaboradores da Amgen foram estimulados a postar sobre o tema – com artes prontas e disponibilizadas na rede corporativa – em suas redes sociais utilizando uma mensagem pré-definida e a hashtag.

AS TRÊS INICIATIVAS DIRECIONAVAM O INTERLOCUTOR PARA O WEBSITE DA CAMPANHA, COM TODAS AS INFORMAÇÕES SOBRE O PROCEDIMENTO DA DOAÇÃO E O PASSO A PASSO DE COMO ADERIR À CAUSA.

MATERIAIS DESENVOLVIDOS



Artes prontas para colaboradores divulgarem a iniciativa no Dia Mundial de Medula Óssea



Vídeo emocional com a história de um paciente e seu doador, trazendo informações sobre o procedimento e sensação transformadora ao realizar a doação



Camisetas com mensagens motivacionais sobre a importância da doação de medula óssea foram enviadas para celebridades relacionadas a convivência em família

CRONOGRAMA

AÇÃO	AGOSTO SEMANA 3	AGOSTO SEMANA 4	SETEMBRO SEMANA 1	SETEMBRO SEMANA 2	SETEMBRO SEMANA 3	SETEMBRO SEMANA 4
BRIEFING	X					
PLANEJAMENTO		X				
PARCERIA COM FORNECEDORES			X			
CONTATO COM INFLUENCIADORES E ENVIO DE CAMISETAS			X			
PUBLICAÇÕES CAMPANHA MÍDIAS SOCIAIS AMGEN				X	X	X
PUBLICAÇÃO INFLUENCIADORES COM CAMISETA					X	X
PUBLICAÇÃO VÍDEO NO RAZÕES PARA ACREDITAR					X	
PUBLICAÇÃO DOS COLABORADORES NAS MÍDIAS SOCIAIS				X	X	X

MÍDIAS SOCIAIS DA AMGEN E ENGAJAMENTO DE COLABORADORES



ARTIGO LINKEDIN
DIRETORA MÉDICA
69 reações



POST PATROCINADO NO
FACEBOOK DA AMGEN
875 clicks no link
229.183 Alcance
395.217 Impressões
CUSTO POR RESULTADO:
\$0.23
VALOR DO PATROCÍNIO
\$200 USD



77

Publicações de colaboradores nas mídias sociais

Somando 2.555 likes e 64 comentários



VÍDEO NO RAZÕES PARA ACREDITAR



daniandresn Já chorando, Daniele? Faz um tempo já que eu penso em ser doadora e nos dois últimos meses só recebi sinais

leetrindade Me cadastrei como doadora essa semana e confesso q estou aqui na ansiedade pra saber se vou poder ajudar alguém..! Pra gente é tao pouco, pra quem recebe é literalmente a vida ❤️

daniandresn Vou me cadastrar

prifavieiro Que gesto lindo! Vou me cadastrar como doadora! Decidi! ❤️



INSTAGRAM
2 POST IGTV

41.662 mil visualizações
12.601 mil curtidas
464 comentários
884 compartilhamentos
340 salvos
442.300 mil contas alcançadas
473.996 mil impressões

1 Story

19.326 mil contas alcançadas
21.285 mil impressões
2 compartilhamentos
72 cliques no link



FACEBOOK
1 POST FEED

116.309 mil pessoas alcançadas
124.570 mil impressões
1.840 mil reações, comentários e compartilhamentos
7.751 mil engajamentos
1.976 mil cliques para reproduzir
26.229 mil minutos de visualização
5.464 mil visualizações mínimo 1 min.
14.233 mil visualizações mínimo 10 seg.
39.919 mil visualizações mínimo 3 seg.

ENGAJAMENTO DE CELEBRIDADES NA CAMPANHA

12

celebridades participaram da campanha de forma orgânica

17

Reunindo telas de Stories no Instagram

6

posts no feed

Somando 37.193 likes e 345 comentários





CONCLUSÃO

A visão da agência de oportunidade e ampliar a campanha para o público externo por meio de publicações nas mídias sociais, parceria com celebridades e com uma página que já tinha um tom editorial favorável e apelo emocional com seu público, foi essencial levar as mensagens e importância da campanha para um número expressivo de pessoas.

Hoje as mídias sociais desempenham um papel importante na sociedade e por meio delas é possível mobilizar as pessoas a fazerem algo quando são verdadeiramente impactadas. É possível afirmar, que por meio da campanha, mais do que fazer uma ação de conscientização de doença, atingimos o nível máximo de engajamento, contribuindo para que pessoas tomassem a iniciativa de se cadastrarem no REDOME e passassem a ser doadoras de medula óssea. Sendo um importante feito para milhares de pacientes ao redor do país.