

O QUE MUITA GENTE NÃO VÊ OS OLHOS SENTEM

Campanha de conscientização sobre a Síndrome do Olho Seco
Troféu Jatobá 2019

tv1brandpr

Systeme[®]
UL LUBRIFICANTE
OFTÁLMICO

Alcon

Muitas pessoas não sabem, mas sintomas como prurido, queimação e sensação de areia nos olhos podem ser sintomas da Síndrome do Olho Seco, que pode ser evitada e tratada. Especialmente, as pessoas que passam horas na frente de telas – monitores, computadores, gadgets -, as pessoas “multitela”, são mais suscetíveis à Síndrome do Olho Seco.

Para aumentar a conscientização sobre a Síndrome do Olho Seco e sobre SystaneUL®, solução desenvolvida pela Alcon, a TV1 Brand PR criou uma campanha de relações públicas que começou com uma ativação na Campus Party, que reúne 120.000 jovens “multitela” anualmente. Depois, estendeu o alcance a influenciadores digitais e formadores de opinião, além de oftalmologistas e pacientes em todo o país.

* Para o vídeo case [click here](#)

SINOPSE DO CASE

Criamos um “Spa de Olhos” na Campus Party, onde as pessoas podiam relaxar e receber uma massagem no rosto, além de ter contato com informações sobre a Síndrome e o produto. Além disso, responderam uma pesquisa *online* sobre o uso de telas, sintomas e nível de conhecimento sobre a Síndrome do Olho Seco. A campanha também alcançou oftalmologistas e pontos de vendas, onde reforçamos os sintomas para os consumidores.

Resultados: 3.190 pessoas responderam à pesquisa online; 35.000 pessoas foram impactadas pela distribuição (“seeding”) de produtos; 24 jornalistas e 5 influenciadores digitais impactados; 7 “stories” com histórias com 17.710 visualizações de página; 4.000 pontos de venda impactados; 7.000 oftalmologistas impactados.

Systane[®]
UL
LUBRIFICANTE
OFTÁLMICO

Alcon

O DESAFIO

A Síndrome do Olho Seco é uma condição caracterizada pela pouca quantidade ou má qualidade da lágrima.

De 10% a 20% da população mundial pode ter a Síndrome. Apesar de ter grande incidência em países tropicais como o Brasil, pouca gente sabe que aquela ardência nos olhos em dias secos, em contato com ar condicionado e lugares poluídos ou após muito tempo de exposição a telas e monitores pode ser um sintoma de uma condição capaz de prejudicar a visão, se não tratada adequadamente.

Para proporcionar alívio e proteção contra o Olho Seco, a Alcon, líder mundial de cuidados com a visão, possui, em seu portfólio de produtos, o lubrificante oftálmico SystaneUL[®].

O desafio da TV1 Brand PR junto ao cliente Alcon foi conscientizar o maior número de pessoas possível sobre a Síndrome do Olho Seco e apresentar o SystaneUL[®] como a melhor solução.

Tudo isso, por meio de uma campanha leve, alegre e que dialogasse com diversos públicos possivelmente impactados pela síndrome, sem deixar de envolver os principais influenciadores do uso do medicamento, os oftalmologistas, além de formadores de opinião em geral.

Systane[®]
UL LUBRIFICANTE
OFTÁLMICO

Alcon

PESQUISA E INSIGHT PARA A SOLUÇÃO CRIATIVA

Segundo Relatório do Comitê de Epidemiologia TFOS DEWS II, grandes estudos transversais demonstraram uma alta prevalência de sintomas de olho seco em trabalhadores com uso de monitores, predominantemente adultos jovens. Tem sido criada a hipótese de que, durante o uso de computadores, uma taxa de frequência de piscada diminuída e piscada incompleta contribuem para a evaporação lacrimal acelerada, levando à instabilidade do filme lacrimal, danos epiteliais leves e sintomas do olho seco. O uso de monitores aumentou enormemente, não somente entre os trabalhadores, mas na população em geral, especialmente os mais jovens, devido ao uso muito difundido de computadores domésticos, *tablets* e dispositivos móveis.

A partir dos dados dessa pesquisa tivemos o insight de criar uma campanha voltada para o público “multitelas” – que faz o uso por várias horas de telas e monitores de computadores, smartphones e outros.

Systeme[®]
UL LUBRIFICANTE
OFTÁLMICO

Alcon

A SOLUÇÃO CRIATIVA

Com base no Relatório do Comitê de Epidemiologia TFOS DEWS II e na constatação de que as pessoas vêm aumentando o tempo de exposição dos olhos a telas de smartphones, computadores e televisores (com o uso até mesmo de mais de uma tela simultaneamente), decidimos iniciar nossa campanha nos comunicando diretamente com o público “multitela”.

Assim, o centro de nossa solução criativa foi realizar uma ação de engajamento na Campus Party , que recebe anualmente 120.000 jovens que passam horas em frente a telas e que, por serem hiperconectados, possuem grande potencial de propagar as mensagens em suas redes sociais.

Começamos nossa campanha montando um “spa do olho” na Campus Party 2019. Um lugar onde os “campuseiros” puderam fazer uma parada, depois de passar horas na frente de telas e monitores, para relaxar a mente e os olhos, enquanto recebiam uma massagem facial. Ainda no estande, o público foi impactado com informações sobre a Síndrome e receberam amostras do SystaneUL®. O *seeding* de produtos foi ampliado por todo o evento, atingindo 34.000 pessoas.

O CASE

Além disso, os visitantes do estande responderam a um questionário que possibilitou à Alcon colher informações do nível de conhecimento do consumidor final quanto aos sintomas e à Síndrome do Olho Seco .

Dessa forma, ao mesmo tempo em que a solução criativa atendeu aos insights gerados por pesquisas fornecidas pela empresa, gerou novos dados sobre potenciais pacientes. A ampliação da campanha para outros públicos incluiu também o envio de *kits* para influenciadores e o desenvolvimento de materiais sobre os sintomas da Síndrome para pontos-de-venda, com o objetivo de conscientizar pacientes em todo o Brasil, além de um material específico para os oftalmologistas, principais influenciadores da compra de SystaneUL®.

Systane
UL LUBRIFICANTE OFTÁLMICO

Alcon



RESULTADOS

34 mil pessoas impactadas por seeding do produto

1.100 mensagens realizadas no estande

Kits entregues para **24** jornalistas e **5** influenciadores, sendo que a influencer @gabicecon publicou 39 stories em 2 canais, totalizando 9m45s de vídeos com + de 19 mil possíveis impactos

O CASE

Mídia espontânea: 7 inserções com 17.710 page views (equivalente a R\$ 368.396,65)

Potencial de R\$ 280 mil em vendas, considerando 15% de conversão de venda direta

4000 Pontos de venda impactados

7.000 médicos impactados

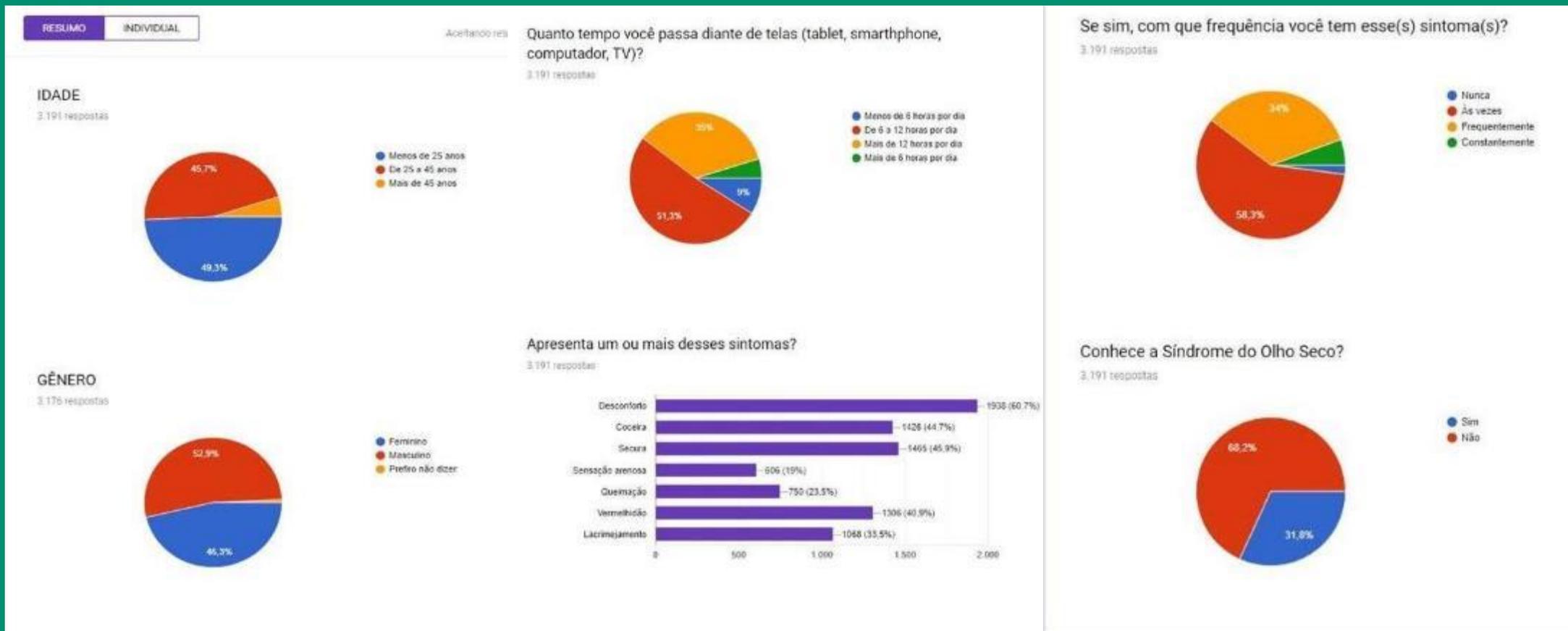
Systeme
UL LUBRIFICANTE OFTÁLMICO

Alcon

RESULTADOS

O CASE

pesquisa realizada no estande mostrou nível de conhecimento do público sobre a Síndrome do Olho Seco



METRÓPOLES

Síndrome do olho seco: doença aumenta quase 50% nesta época do ano

Os sintomas principais do olho seco ressecado, irritado e mais sensível do que de costume, além de maior sensibilidade à luz. Um de cada cinco brasileiros sofre



A pesquisa "Saúde Ocular do brasileiro" encomendada pelo Conselho Brasileiro de Oftalmologia e pela empresa **Alcon**, revela que aproximadamente 25% da população mundial sofre com a Síndrome do Olho Seco.

PAULA FOLZLA

SEM COMENTÁRIO

NO CARRA DO METRÓPOLES

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

A REVISTA DA OFTALMOLOGIA

Universo Visual

Alcon conscientiza público da Campus Party sobre a Síndrome do Olho Seco

14 Fevereiro 2019 | Seção: Notícias | Categoria: Tecnologia

COMENTAR

TAMANHO DO TEXTO A- A+

A SOS acomete 25% da população mundial e pode ser causada pelo uso prolongado de dispositivos eletrônicos

A Alcon vai alertar o público da Campus Party Brasil, principal evento de internet e tecnologia do País, sobre saúde ocular. A empresa quer conscientizar as pessoas sobre a Síndrome do Olho Seco (SOS), condição que já acomete 25% da população mundial e que pode ser causada por hábitos como o uso prolongado de dispositivos eletrônicos.

"O público da feira é consumidor assíduo de tecnologia e passa boa parte do tempo conectados a smartphones, tablets, computadores. Por isso achamos importante conscientizar sobre o Olho Seco e aliar a saúde ocular com a tecnologia, tão importante para a sociedade atualmente", diz o diretor da área Vision Care da Alcon, Antonio Mendes.

Patrocinadora do evento pela primeira vez, a Alcon leva para o festival o "SPA dos Olhos", um espaço preparado especialmente para oferecer conforto e bem-estar ao público, e que funcionará durante os cinco dias de evento. Lá os visitantes podem receber uma massagem facial relaxante de cerca de 10 minutos e ganhar amostras do lubrificante oftálmico Systane®, lágrimas artificiais que ajudam a diminuir o desconforto associado ao olho seco. O produto proporciona conforto imediato, melhor lubrificação e proteção prolongada para os olhos.

No "SPA dos Olhos" há ainda lockers com tomadas para que o público possa deixar seus aparelhos celulares carregando em segurança.

Sobre a Síndrome do Olho Seco

Segundo o Dry Eye Workshop - estudo realizado pela Tear Film & Ocular Surface Society (TFOS), a SOS é uma doença multifatorial que se manifesta com a diminuição da produção de lágrimas ou o aumento da evaporação do filme lacrimal, resultando em sua instabilidade, com desconforto, alteração da acuidade visual e potencial dano à superfície ocular.

Uma das principais causas da doença atualmente está relacionada ao uso prolongado de dispositivos eletrônicos, mas há também outros fatores como os biológicos (doenças autoimunes, reumáticas, alterações hormonais), externos (mudanças climáticas e ambientais, ar-condicionado), e temporários (cirurgias e uso de medicamentos como anti-álérgicos, antidepressivos e diuréticos).

Todos esses fatores podem gerar um funcionamento inadequado do ambiente visual, que depende da boa saúde das pálpebras e apêndices, da produção normal de lágrimas e da superfície adequada da córnea e conjuntiva.

Em todos os casos, o diagnóstico é feito por um oftalmologista, que analisa a história médica do paciente, seus hábitos de vida e antecedentes familiares para descartar os fatores externos que contribuem para essa condição. Se a doença for detectada precocemente, um tratamento consistente pode evitar a ocorrência de úlceras e cicatrizes corneanas, que resultam em transplante de córnea. Os pacientes também podem ser submetidos a procedimentos cirúrgicos para prevenir a drenagem de lágrimas dos olhos. Considerada a última alternativa, a cirurgia para ocluir os canais lacrimais é realizada quando os procedimentos não cirúrgicos não forem bem-sucedidos.

abc da comunicação

Alcon patrocina Campus Party Brasil pela primeira vez

A empresa criou o "SPA dos Olhos", para conscientizar o público do evento sobre a Síndrome do Olho Seco (SOS).

Por Da Redação - 10 de fevereiro de 2019

COMPARTILHE EM: Facebook, Twitter, Google+, YouTube, LinkedIn, Email

BRAZIL PROMOTION DAY 26 de março

A Alcon, líder global em produtos oftalmológicos, marca presença, pela primeira vez, no Campus Party Brasil. O principal evento de internet e tecnologia do País acontece até 17 de fevereiro em São Paulo.

Novartis Vision

Por meio de patrocinador do festival o "SPA dos Olhos", um espaço preparado especialmente para oferecer conforto e bem-estar ao público, e que funcionará durante os cinco dias de evento. Lá os visitantes podem receber uma massagem facial relaxante de cerca de 10 minutos e ganhar amostras do lubrificante oftálmico Systane®, lágrimas artificiais que ajudam a diminuir o desconforto associado ao olho seco. O produto proporciona conforto imediato, melhor lubrificação e proteção prolongada para os olhos.

No "SPA dos Olhos" há ainda lockers com tomadas para que o público possa deixar seus aparelhos celulares carregando em segurança.

PORTAL DA OFTALMOLOGIA

Início Notícias Artigos Curiosidades Entrevistas Eventos Fale Conosco

ÚLTIMAS: Volta às aulas: Miopia é a grande vilã

Escrito por José Mulser - Publicado em 14 Fevereiro 2019

Alcon conscientiza público da Campus Party sobre a Síndrome do Olho Seco

A SOS acomete 25% da população mundial e pode ser causada pelo uso prolongado de dispositivos eletrônicos

A Alcon, laboratório global em produtos oftalmológicos, vai alertar o público da Campus Party Brasil, principal evento de internet e tecnologia do País, sobre saúde ocular. A empresa quer conscientizar as pessoas sobre a Síndrome do Olho Seco (SOS), condição que já acomete 25% da população mundial e que pode ser causada por hábitos como o uso prolongado de dispositivos eletrônicos.

"O público da feira é consumidor assíduo de tecnologia e passa boa parte do tempo conectados a smartphones, tablets, computadores. Por isso achamos importante conscientizar sobre o Olho Seco e aliar a saúde ocular com a tecnologia, tão importante para a sociedade atualmente", diz o diretor da área Vision Care da Alcon, Antonio Mendes.

Patrocinadora do evento pela primeira vez, a Alcon leva para o festival o "SPA dos Olhos", um espaço preparado especialmente para oferecer conforto e bem-estar ao público, e que funcionará durante os cinco dias de evento. Lá os visitantes podem receber uma massagem facial relaxante de cerca de 10 minutos e ganhar amostras do lubrificante oftálmico Systane®, lágrimas artificiais que ajudam a diminuir o desconforto associado ao olho seco. O produto proporciona conforto imediato, melhor lubrificação e proteção prolongada para os olhos. No "SPA dos Olhos" há ainda lockers com tomadas para que o público possa deixar seus aparelhos celulares carregando em segurança.

Sobre a Síndrome do Olho Seco

Systane UL LUBRIFICANTE OFTÁLMICO

Alcon

OBRI GAD X