

19.01.2014

**CAMPAÑA DE MEDIALUNA COMUNICACIÓN PARA MSD**

## **Campaña itinerante en un autobús para informar sobre anticonceptivos**

Medialuna puso, entre abril y mayo de 2014, una campaña para dar a conocer la web [anticonceptivos hoy.com](http://anticonceptivos hoy.com) y las opciones anticonceptivas que existen, animando a las mujeres a que acudan al ginecólogo para decidir conjuntamente la opción más adecuada para cada una.

POR MEDIALUNA. domingo 18 de enero de 2015



### **ESTRATEGIAS:**

Medialuna desarrolló una campaña de comunicación y streetmarketing dirigida, principalmente, a jóvenes universitarios de entre 18 y 25 años: Un **autobús con el eslogan de la campaña 'Elige tu estilo de vida. Tú decides'** recorrió varias ciudades españolas informando sobre las opciones que existen en materia de contracepción e invitando a visitar la web [anticonceptivos hoy.com](http://anticonceptivos hoy.com) y a realizar el 'Anticipatest', un cuestionario elaborado por un ginecólogo donde cada mujer puede descubrir las mejores opciones teniendo en cuenta sus características personales.

### **ACCIONES PUESTAS EN MARCHA:**

#### **Acciones de relaciones públicas:**

- Diseño el autobús de la campaña, creación de la ruta y el calendario para la gira.
- Gestión de permisos de aparcamiento.
- Diseño de los mensajes y el recorrido a seguir por los visitantes.
- Atención a los visitantes del Autobús.
- Presencia en radios juveniles y Facebook.

### Gabinete de prensa:

- Creación de materiales informativos: dossier de prensa, comunicados...
- Convocatorias a medios en cada ciudad
- Gestión de entrevistas.

### **RESULTADOS:**

Amplia cobertura mediática en medios como TVE, ETB, Canal Sur, Televisión de Galicia, Telemadrid, RNE, Onda Cero, Onda Madrid, así como entrevistas y reportajes en ABC, La Vanguardia, El Norte de Castilla, Granada Hoy, Ideal Granada, Cosmopolitan o Diez Minutos, entre otros.

### **QUÉ PUEDEN APRENDER NUESTROS LECTORES DE ESTA CAMPAÑA:**

La necesidad de buscar puntos de encuentro con las audiencias clave (como los medios de comunicación regionales) a la hora de realizar **campañas de sensibilización**.

### **FICHA TÉCNICA**

- **Agencia:** Medialuna
- **Producto:** web anticonceptivos hoy.com
- **Cliente:** MSD
- **Contacto del cliente:**
- **Equipo de la agencia:** Área de Salud y Departamento de Eventos
- **Objetivo:** Informar sobre las opciones que existen en materia de contracepción
- **Resultado:** Amplia repercusión en TV, radio y prensa.

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/6143/campana-comunicacion-itinerante-en-un-autobus-para-informar-sobre-anticonceptivos>