



ЧЕЛЯБИНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ЦЕНТР  
МЕДИЦИНСКОЙ ПРОФИЛАКТИКИ



## ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ **ПО ОТКАЗУ ОТ КУРЕНИЯ**

---

- выбор ЦА
- стратегия
- воплощение

Екатеринбург, 2019 г.

# АКТУАЛЬНОСТЬ

---

ГЛОБАЛЬНЫЙ ОПРОС GATS ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ О ПОТРЕБЛЕНИИ ТАБАКА, 2016 г.



В 2016 году **56,2%** постоянных курильщиков табака планировали бросить курить или думали об этом (54,4% среди мужчин и 61,3% среди женщин). Кроме того, в течение последних 12 месяцев **35,0%** курильщиков делали попытки бросить курить (33,4% среди мужчин и 39,3% среди женщин).

Таким образом, **35%** не хватило поддержки, а **56%** не хватило мотивации



# ДЛЯ ЧЕГО НУЖНА ИНФОРМАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ

---

Информационная кампания должна помочь людям принять решение отказаться от курения.

## ЦЕЛИ:

1. Мотивирование население к отказу от курения.
2. Информирование о способах отказа от курения.
3. Пропаганда здорового образа жизни и осознанного отношения к себе и окружающим.
4. Изучение поведения курильщиков и их мотивации.
5. Маршрутизация населения в кабинеты отказа от курения.





## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И КАНАЛЫ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ

---

В качестве целевой аудитории было выбрано рабочее население в возрасте **25-45 лет со средним достатком и ориентиром на семейные ценности.**



Именно эта целевая аудитория в состоянии делать осознанный выбор, транслировать свою позицию окружающим и формировать спрос и предложение на рынке.

Согласно исследованиям основной потребностью данной целевой аудитории выступает забота о себе и своих близких.

**Каналы связи:** телевидение, интернет.

# КОНЦЕПЦИИ ВИДЕОРОЛИКА

Согласно данным проведенного анализа по актуальным методам и подходам в рекламных медиаматериалах на тему «Борьба с курением», было выбрано несколько концепций:

- ▶ **Интерактивная анимация:** в основе пазл из вредных веществ, который складывается в сигарету. Пекшот: курение – игра со здоровьем. **Нет эмоциональной вовлеченности.**
- ▶ **Табачный эквивалент:** экономические ассоциации с тем, сколько можно было купить, если отказаться от курения. **Не для всех экономическая составляющая является важной.**
- ▶ **Ты этого не видишь:** основной посыл – один год курения равен 20 кг окурков, освободи место для счастливой жизни. **Нет эмоциональной вовлеченности.**
- ▶ **«Ничего не случится. Только не со мной»:** показать последствия курения в виде болезней. Этот эффект уже используется на пачках сигарет.



# ОСНОВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

---

**«Не думаешь о себе - подумай о близких»**

Мужчина докурив сигарету в подъезде, заходит в квартиру. Вернулся домой после рабочего дня. Выбегает любимая дочка, радостно бежит навстречу. Отец присаживается и крепко обнимает дочь. Трогательная сцена, Зритель видит спину девочки. А следом - возникающий проекционный рентген легких девочки. В виде красивой лазурной лучевой сетки, которая изменяется в сигнальнокрасный (последствия поступающего запаха от отца-курильщика).

**Следующий кадр - фоновая заставка, логотип компании. “Подумай... О близких”**



# ПАРАМЕТРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ

Мы отказались от стандартных параметров размещения (количество выходов и пр), а сделали ставку на попадание в ЦА.

**OTS (opportunity to see)** - не менее 3690 за весь период рекламной кампании;

·**Reach %** - не менее 80% за весь период рекламной кампании;

Не менее двух каналов из «**большой тройки**» (среднесуточный охват ЦА 30-55 не менее 30%). Прайм-тайм не менее 45%.

Не менее трех каналов с оптимальными показателями (высокорейтинговые каналы для ЦА 30-55, среднесуточный охват не менее 20%). Прайм-тайм не менее 60%. В общей доле медидавления данные телеканалы составляют 50%;



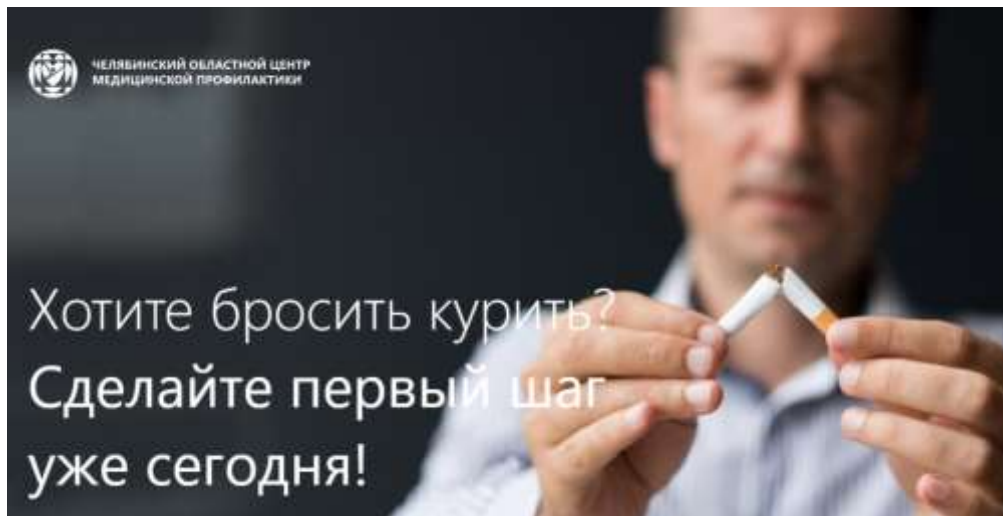
## МОДУЛИ:

1. Что будет, если отказаться от курения?
2. Ролик
3. О влиянии курения на здоровье
4. Калькулятор экономической выгоды отказа от курения
5. Карта кабинетов отказа от курения
6. Каталог способов отказа от курения

# САЙТ – СПОСОБ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ

---

Для получения обратной связи по рекламной кампании был разработан сайт [какброситькурить.рф](http://какброситькурить.рф), который стал инструментом, позволяющим донести до населения самые эффективные способы отказа от курения.





# ИТОГИ

---

## СТАТИСТИКА САЙТА:

Посещаемость – 3265 человек за месяц

Переход на сайт – по запросу (значит переходили с рекламы) 54,2 %

Переход на сайт сразу – 34%

Возраст 25-34 года – 49,5%

Возраст 35-44 года – 26,3%

Возраст старше 45 лет – 17%

## РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА: 591 ответ

Средний возраст – 32 года

Продолжительность употребления – 16 лет

На сколько хватает пачки – 2 дня

Стоимость сигарет – 105 рублей



# ИТОГИ

---

В результате реализации информационной кампании ролик транслировался 1,5 месяца на каналах: **ТВ3, Россия 1, 5 канал, РЕН ТВ, НТВ.**

Были превышены все показатели эффективности медиа метрики, так охват целевой аудитории составил 437 000 человек.

Одновременно с этим возросло количество посетителей в кабинетах отказа от курения.

№ п/п	Период	Общее количество лиц, обратившихся за помощью в кабинет отказа от курения 2018 г. (нарастающим итогом)	Общее количество лиц, обратившихся за помощью в кабинет отказа от курения 2019 г. (нарастающим итогом)
1	Январь	954	877
2	Февраль	1987	2504
3	Март	3109	3792
4	Апрель	4194	4889
	ИТОГО	10244	12062

# КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



Сайт: <http://chostpr.ru>  
Почта: [chostpr@yandex.ru](mailto:chostpr@yandex.ru)

Группа в ВК:  
Территория здоровья | Южный  
Урал