



Історія почалася з того, що

у грудні 2020 року до Büro.MT звернулася організація Alliance for Public Health, аби привернути увагу до тестування від іншої пандемії. Пандемії про яку наразі забувають говорити — про ВІЛ/СНІД. Сьогодні рівень захворюваності на ВІЛ у країнах Східної Європи та Центральної Азії вище, ніж будь-де у світі.

Самостійно визначити симптоми вірусу неможливо. Вірус може довгий час жити в організмі та жодним чином не проявляти себе. Щоб дізнатися про нього, необхідно зробити аналіз.

«Зараз особливо складно говорити про інші хвороби, аніж коронавірус. Хоча ці хвороби не зникали, а лише випали з нашого поля зору. Завданням цього проєкту було звернути увагу на пандемію ВІЛ/СНІД та залучити людей до тестування. Світ змінився й медицина також. Експрес-тестування доступне, анонімне та швидке — його не слід боятися. Ми хочемо, щоб про це дізналися якомога більше людей», — Client Director Büro.MT Мартиненко Анастасія.

Чого ми мали досягти?

1. Покращити обізнаність цільової аудиторії про наявність та переваги експрес-тестування
2. Створити зацікавленість суспільства та інтерес ключових груп до ВІЛ-тестування
3. Через створення запиту стимулювати пропозицію та доступність експрес-тестів в аптеках

Як вирішували проблему?

До більшості аналізів люди ставляться, як до звичайної процедури. Але тестування на ВІЛ оточене упередженнями про складність, відсутність конфіденційності, небезпеки та тривалість процедури.

Сьогодні це вже у минулому.

Зараз тест на ВІЛ можна пройти не лише у закладі з тривожною назвою «Центр СНІДу». Тестування активно проводяться у приватних клініках, мобільних амбулаторіях, та, що маловідомо — навіть у себе вдома. Такий тест дуже важливий, адже люди, у яких виявлено вірус на ранній стадії, живуть довгим та повним життям.

Наша комунікаційна кампанія працює не лише на інформування проблеми, а з фундаментальними тригерами — стереотипами та страхами, що є головними перешкодами для тестування на ВІЛ. Цю соціальну ініціативу ми поєднали однією місією, ідеєю та хештегом — #тест\_не\_квест. Назва підкреслює суть кампанії: щоб пройти тест, не треба великих зусиль.

Тестування не кусається, воно потрібне та доступне — береш і робиш.

Тож ми...

1. Розробили комунікаційну кампанію, що об'єднана однією місією та ідеєю
2. Зробили стопмоушен-відео про легкість процедури експрес-тестування
3. Розмістили нативні публікації про можливість експрес-тестування та посілили інформаційну кампанію за допомогою медіарозміщень
4. Створили можливість ознайомитися з процедурою за межами соціальних мереж

Спрацювало? ТАК!

За короткий проміжок часу нам вдалося привернути увагу достатньо великої кількості людей:

973500+ людей побачили публікації про тестування в Instagram

3525+ зберегли ці публікації у своїх Instagram-акаунтах

12 ЗМІ написали про соціальну ініціативу

Проект отримав величезну підтримку від багатьох користувачів, а також відомої української ведучої Поліни Нені та топ-моделі Елли Кандиби. Люди активно ділилися та розповідали про свій досвід та страхи, які були зруйновані.

Для тих, хто зацікавився, експрес-тест можна замовити тут

Buro.MT:

Алі Назар – Creative Director

Алі Ніна – Strategist

Ковтун Влад – Copywriter

Коломієць Анастасія – Account Manager

Кузьменко Поліна – Junior Designer

Мартиненко Анастасія – Client Director

Поп Сабіна – Junior Designer

Терещенко Олена – Public Relations Manager

Alliance for Public Health:

Гаврилова Інна – PR&Communications Manager