



Krajina záchrancov

S Pfizerom sme vytvorili najväčšiu vzdelávaciu kampaň o prvej pomoci na Slovensku

NÁZOV PRÁCE

Krajina záchrancov

PRIHLASOVATEĽ

SEESAME Communication Experts

SÚHLAS KLIENTA

Spoločnosť Pfizer Luxembourg SARL, o.z. súhlasí so zaradením projektu do súťaže.

ZODPOVEDNÝ ZA PODANIE PROJEKTU

Peter Jančarik
jancarik@seesame.com
02/4342 2978

KONTAKT NA KLIENTA

MUDr. Pavol Adamkov
pavol.adamkov@pfizer.com
02/3355 5503



VÝZVY

ZLÁ REPUTÁCIA FARMAFIRIEM

Farmaceutický priemysel má rád azda málokto. Väčšina ľudí zastáva názor, že farmaceutické firmy nezaujímajú ich nič iné ako zisk. Sú ale naozaj všetky firmy také zlé?

Pfizer je naším dlhoročným klientom a podnikli sme spolu množstvo úspešných kampaní v oblasti prevencie infekčných ochorení či liečby psychiatrických

a srdcovo-cievnych chorôb. Napriek transparentnosti, ktorú Pfizer presadzuje na všetkých úrovniach riadenia, však stále nesie biľag neetickej firmy a je do istej miery obeťou *class effectu* v celom farmaceutickom priemysle.



SLOVÁCI NEPOSKYTUJÚ PRVÚ POMOC

V roku 2011 zomrelo na Slovensku na úrazy a srdcové infarkty 5 800 ľudí. V dôsledku zranení boli ľudia v tom istom

AGENTÚRA

Seesame, s.r.o.
Prievozská 4D, 821 09 Bratislava, Slovakia

TELEFÓN

+421 2 43 42 29 78

WEB

www.seesame.com

roku hospitalizovaní 93 000-krát. Priemerný čas dojazdu záchranky je 11 minút, no práve v týchto minútach sa môže rozhodnúť o živote a smrti. Lepšie povedané, rozhodnúť o nich môžu tí, čo sú v tej chvíli nablízku.

Až 75 % zranení sa stáva v prítomnosti našich blízkych – priateľov, príbuzných alebo kolegov. Mnohým stratám na životoch a trvalým následkom by sa pritom dalo predísť, no väčšina z nás nedokáže v kritickej chvíli urobiť to najdôležitejšie – poskytnúť prvú pomoc.

Podľa odhadov záchranárov poskytuje prvú pomoc iba 5 % Slovákov, čo je v ostrom protiklade s výsledkami prieskumu TNS, v ktorom sa až 78 % respondentov vyslovilo, že prvú pomoc ovláda a vedelo by ju v prípade potreby poskytnúť. Bolo načase začať túto situáciu meniť.

MYŠLIENKA KAMPANE

HĽADÁ SA UNIVERZÁLNE UŽITOČNÝ PROJEKT

Pfizer hľadal projekt, ktorý by mu pomohol napraviť vnímanie svojich cieľových skupín. Obrátil sa nás so zadaním priniesť niečo „univerzálne dobré“ – užitočnú kampaň, pri ktorej ich nikto nebude môcť obviňovať zo sledovania vlastného prospechu, zo snahy zvýšiť svoje predaje či z pretláčania nových produktov. Hľadali sme veľkú ideu, ktorá by si získala široké skupiny ľudí, ktoré buď o Pfizeri nikdy nepočuli, alebo o ňom počuli niečo negatívne. Myšlienka kampane sa napokon zrodila z našich osobných skúseností. Všetci sme sa totiž už ocitli v situácii, kedy išlo o život nám alebo našim blízkym.

ZROD KRAJINY ZÁCHRANCOV



KRAJINA ZÁCHRANCOV

Prvá pomoc sa vyučuje na školách a vodičských kurzoch, no štatistiky úmrtnosti pri úrazoch to nereflektujú.

Rozhodli sme sa to zmeniť a naučiť čo najviac ľudí zachrániť život iba vlastnými rukami. Tak vznikla idea Krajiny záchrančov – miesta, kde dokážu všetci poskytnúť prvú pomoc účinne a bez váhania.

Vo februári 2013 sme spustili kampaň, akú Slovensko ešte nezažilo. Na prvú pomoc sme sa pozreli úplne od základov: spojili sme sily a vytvorili nielen nové komunikačné kanály, ale tiež úplne nový systém teoretického a praktického vzdelávania v oblasti prvej pomoci.

Krajina záchrančov je pôvodný slovenský projekt a nejde o adaptáciu globálnej kampane.

CIEĽOVÉ SKUPINY

V komunikácii sme sa sústredili predovšetkým na cieľovú skupinu mladých dospelých. Zakladajú si rodiny a majú chuť sa vzdelávať. Sú však zaneprázdnení a vzdelávať sa chcú iba vtedy, keď na to majú čas (on-demand).

Sekundárnou cieľovkou boli zákonodarcovia a regulačné authority, ktoré sme chceli zapojiť do dialógu a spolupráce.

ČO SME DOKÁZALI

1. SPOJILI SME SILY

Bez spoľahlivých informácií sa osвета robiť nedá. Ako prvého sme preto oslovili MUDr. Viliama Dobiáša, PhD., charizmatického lekára-záchranára so 40-ročnými skúsenosťami v urgentnej medicíne. Myšlienka Krajiny záchrančov ho natolko zaujala, že sa stal nielen odborným garantom kampane, ale aj jej odhodlaným šíriteľom.



Ďalej sme potrebovali získať kvalifikovaných trénerov prvej pomoci. Vďaka svojmu poslaniu a hustej sieti školiacich centier bol prirodzenou voľbou [Slovenský Červený kríž](#) (SČK). V nadväznosti na SČK svoje kapacity poskytli aj súkromní školitelia [Falck](#) a [Life Star Emergency](#).

Hlavným medzinárodným partnerom a podporovateľom vzdelávania v oblasti prvej pomoci na Slovensku je [Svetová zdravotnícka organizácia](#) (WHO).

V neposlednom rade sa k nám pripojila [Televízia JOJ](#), ktorá sa stala hlavným mediálnym partnerom kampane.



2. PRVÚ POMOC SME DOSTALI ONLINE

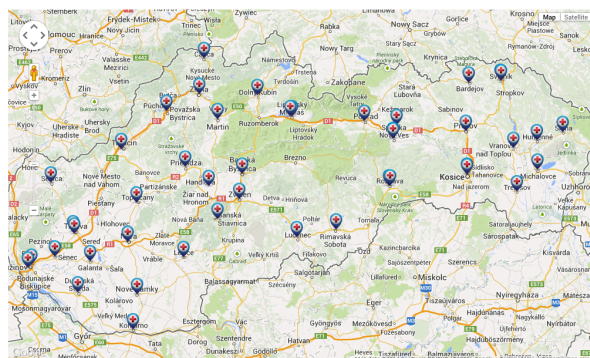
Absolvovať kurz prvej pomoci nebolo vždy úplne jednoduché: základný kurz trval celý deň a stál aj viac ako 30 eur. Výsledkom bola iba hŕstka odhodlaných absolventov. Preto sme od základu zmenili spôsob vzdelávania a vybudovali úplne nový systém:

- (1) Na stránke www.prvapomoc.sk sme vytvorili a zadarmo sprístupnili interaktívny e-learningový kurz. Obsahuje 8 lekcí a prevedie základmi toho, ako riešiť krvácanie, popáleniny, srdcový infarkt, zlomeniny, ako sa zachovať pri dopravných

nehodách a v ďalších životohrožujúcich situáciách. Po absolvovaní všetkých lekcí prichádza záverečný test. Za necelý rok web navštívilo viac ako 48 000 unikátnych návštevníkov a do e-learningu sa pustilo už viac než 4 000 ľudí.



- (2) Teóriu treba mať zvládnutú, no prvá pomoc je najmä o zručnosti. S Certifikátom z e-learningového kurzu sa absolvent môže objednať na skrátený praktický nácvik postupov prvej pomoci v jednom z 50 školiacich centier po celom Slovensku za zvýhodnenú cenu 14,90 €.



- (3) Aplikácia pre smartfóny s **iOS** a **Android** obsahuje základné inštrukcie a videá o prvej pomoci, test a ďalšie užitočné funkcie, ako priame volanie záchranky či zvukový signál pre správnu resuscitáciu. Aplikácie si za prvé 3 týždne nainštalovalo viac ako 30 000 ľudí. Androidovská verzia obsadila druhé miesto medzi slovenskými aplikáciami v súťaži Android Code 2013.



3. PRVÚ POMOC UČÍME V TERÉNE

S prvou pomocou sme vyrazili medzi ľudí, priniesli sme ju na nové aj zabehnuté podujatia:

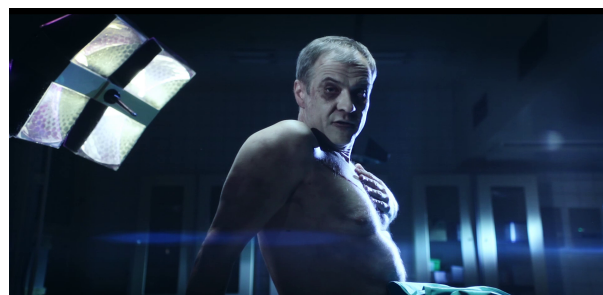
- Sú poslanci v záchrane životov lepší ako v tvorbe zákonov? To sme v júni 2013 zisťovali na Dni prvej pomoci v Národnej rade SR. Pod záštitou predsedu Zdravotníckeho výboru NR SR Richarda Rašiho sme odskúšali poslancov sprava aj zľava.
- V júli 2013 sa prvá pomoc stala témou bratislavského TEDx-u. Silná [prednáška doc. Dobiáša](#) zožala úspech a návštevníci konferencie sa mohli naučiť postupy prvej pomoci pod vedením profesionálov.



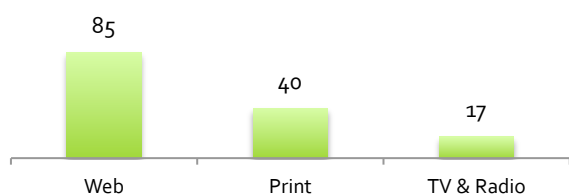
- Pod vlajkou Krajiny záchranco sme absolvovali množstvo kurzov prvej pomoci vo firmách a organizáciách. Ako prví sa vyškolili zamestnanci Pfizeru. Neskôr sa pridali veľké firmy ako PSA Peugeot Citroën, Orange, Henkel, Swiss:re a ďalší, ktorí sprístupnili náš e-learning v rámci svojich intranetov a zorganizovali praktické nácviky pre svojich zamestnancov.

4. PRVÁ POMOC SA STALA TĚMOM

Mediálna kampaň odštartovala vo veľkom: [televízna reklama](#) bežala v hlavnom vysielacom čase TV JOJ po dobu 6 týždňov.



Úvodná tlačová konferencia odštartovala sériu podujatí pre médiá, kde sa mohli novinári priamo naučiť prvú pomoc v rôznych situáciách. Počas roka sa v slovenských médiách objavilo v súvislosti s Krajinou záchrancov takmer 140 výstupov o prvej pomoci. Kampaň tiež [vygenerovala tisíce „lajkov“ na Facebooku](#). Prvá pomoc sa stala témou, o ktorej sa medzi ľuďmi hovorí.



Prvá pomoc si zahrála aj hlavnú rolu v knihe doc. Dobiáša [Volali ste záchranku?](#). Z prvej ruky rozpráva smutno-veselé príbehy profesionálnych záchranárov a obsahuje aj vkladáčku so základmi prvej pomoci. V spolupráci so [Slovenskou lekárskou spoločnosťou](#) sme knihu rozposlali 400 lekárom po celom Slovensku.

VÝSLEDKY A VPLYV NA REPUTÁCIU

Pfizer prostredníctvom Krajiny záchrancov vedie najrozsiahlejšiu vzdelávaciu kampaň v oblasti prvej pomoci na Slovensku. Firma ňou nielen zvýšila povedomie o prvej pomoci, ale vytvorila aj najdostupnejšiu vzdelávaciu platformu v tejto oblasti. Dala sa na dlhú cestu, na ktorej konci je skutočná zmena

„Ak tento projekt nenakopne ľudí naučiť sa prvú pomoc, potom sú Slováci odkázaní na vymretie.“



Doc. MUDr. Viliam Dobiáš, PhD.
prezident Slovenského Červeného kríža a odborný garant Krajiny záchrancov

v postoji ľudí k životu a zdraviu seba a svojich blízkych. Bez toho, aby očakávala zvýšenie predajov či ziskov.

Krajina záchrancov má aj významný vplyv na reputáciu Pfizeru. Kampaň vytvorila priestor na dialóg s mnohými subjektmi – či už priamo s partneri projektu, alebo podporovateľmi. Vďaka projektu sa klientovi podarilo nadviazať spoluprácu z mnohými kľúčovými stakeholdermi:

- *Tvorcovia legislatívy:* MUDr. Richard Raši (predseda Zdravotníckeho výboru NR SR)
- *Lekári a zdravotnícki pracovníci:* Prof. MUDr. Peter Krištúfek (prezident Slovenskej lekárskej spoločnosti), členovia Slovenskej lekárskej spoločnosti atď.
- *Veľkí zamestnávateľia:* Orange, Henkel, PSA Peugeot Citroën, Swiss:Re atď.
- *Mimovládne organizácie:* Doc. MUDr. Viliam Dobiáš, PhD. (prezident Slovenského Červeného kríža), MUDr. Darina Sedláková, MPH (riaditeľka Kancelárie Svetovej zdravotníckej organizácie na Slovensku), MUDr. Eva Madajová (predsedníčka Asociácie na ochranu práv pacientov SR), Martin Oubrecht (Rozvojový program OSN pre Európu a SNŠ)
- *Zdravotné poisťovne*
- *Novinári*
- *Verejnosť*

Krajina záchrancov tak spojila organizácie a jednotlivcov s jediným cieľom – záchranou života. Projekt klient podporuje a plánuje rozvíjať aj v roku 2014.

„Krajina záchrancov je projekt s úžasným poslaním a chceli by sme ho replikovať aj v zahraničí.“



MUDr. Branislav Budke
generálny riaditeľ spoločnosti Pfizer na Slovensku