

Kunskap & kreativitet

– recept för lyckad läkemedelskommunikation

Navigatör har genom åren arbetat mycket med medicin och hälsa och vi vågar påstå att det är en av våra specialiteter. Vi har bred erfarenhet och kunskap om läkemedels- och hälsoindustrin och arbetar med såväl receptbelagda och receptfria läkemedel som kommunikation mot patient. Genom att kombinera strategi, analys, kreativitet och medicinsk kunskap har vi utvecklat flera framgångsrika koncept.

Det gäller att hålla tungan rätt i mun

Karuseller på Stureplan, skojfriska utskick till patient, tårndrypande intygsannonsering och tokroliga tävlingar ... medicinsk kommunikation omfattas av strikta regler och det gäller att veta vilka. Är man väl förtrogen med ramarna är det enklare att kommunicera kreativt och spännande. Därför är våra medicinska copywriters IMA-certifierade och de håller även rutinmässigt koll på de ärenden som avgörs av NBL (Nämnden för Bedömning av Läkemedelsinformation) och IGM (Informationsgranskningsmannen). Regelverket utgör en grund för tolkning och bedömning och genom att känna till de faktiska beslut som tas blir ramarna mer konkreta. Det blir helt enkelt tydligare hur och var man kan ta ut svängarna. Är vi ändå osäkra frågar vi Läkemedelsindustriföreningens Compliance Officer som följer upp det etiska regelverket.

Magkänsla

Vi har samlat några smakprov på kampanjer och koncept som vi har utvecklat för våra healthcare-kunder i en broschyr. Den visar på olika sätt hur man kan arbeta för att påverka och förändra attityder och beteenden,

och i slutändan bygga starka varumärken och öka lönsamheten. För det är ju oftast det som är meningen. Beställ broschyren genom att maila till info@navigator.se. Och här intill kan du läsa mer om två aktuella uppdrag och koncept.

MS Mission Possible

– ökad kunskap kortar tiden till behandling

Mål: Öka kunskapen om MS
Målgrupp: Primärvårdsläkare
Uppdragsgivare: BiogenIdec

Primärvården vet för lite om multipel skleros, MS, vilket innebär att det dröjer för länge innan patienten får rätt behandling. Det i sin tur leder till sämre behandlingsresultat.

Därför var målet med vårt uppdrag att öka kunskapen om MS för att korta tiden mellan symtom, diagnos och behandling. Ju tidigare patienten kommer till behandling desto bättre behandlingsresultat och sjukdomsutveckling.

I MS Mission Possible görs läkarna till agenter med uppdrag att hitta MS. Konceptet som utvecklats för den nordiska marknaden omfattar broschyrmaterial, annonser och en utbildning för primärvårdsteamet. Kampanjen lanserades i början av hösten och överträffar redan förväntningarna – svarsfrekvensen bland läkarna som efterfrågar material är 10 procent och intresset för utbildningen är stort.



Patientkommunikation

– viktigt stöd som skapar lojalitet

Mål: Stärka relationerna med patienterna och positionera företaget som kunskapspartner
Målgrupp: Patienter och anhöriga
Uppdragsgivare: BiogenIdec

Människor har ett behov av att känna igen sig. Det ger stöd och skapar en känsla av tillhörighet och igenkänning. Med den bakgrunden och med målet att stärka BiogenIdec's varumärke och positionera företaget som en kunskapspartner, utvecklade vi en patienttidning som vänder sig till alla som lever med MS. Tidningen ges ut i Danmark, Sverige och Finland samt finns på webben i Norge. I en svensk fokusgruppsundersökning fick tidningen 4,9 i betyg av 5 möjliga.

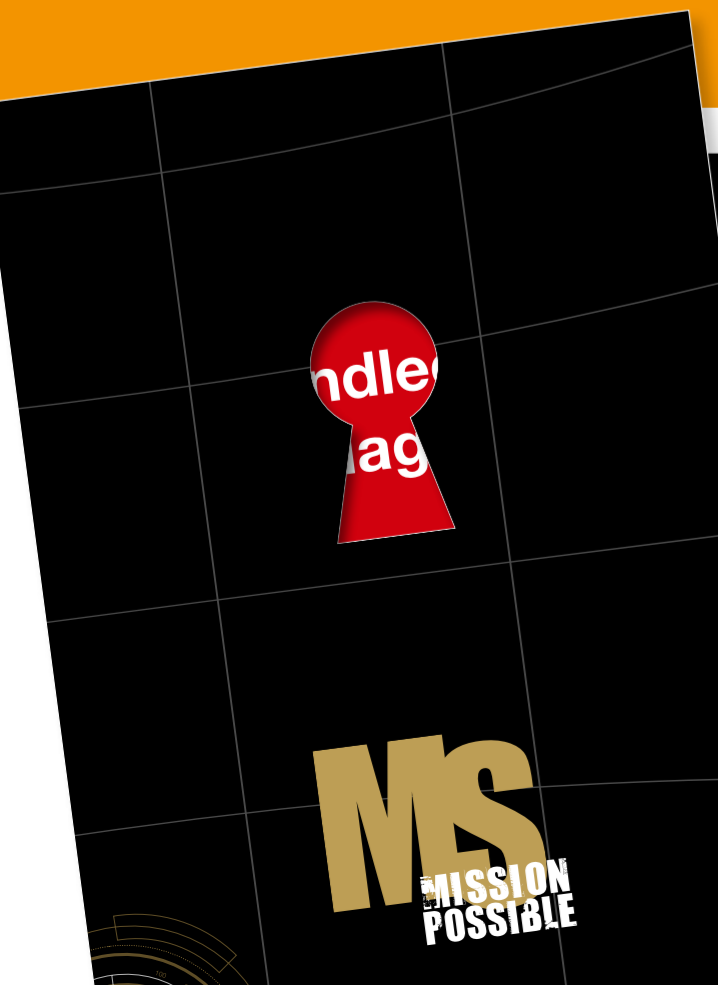


Det var om saker som man inte hade reflekterat över förut. Igenkännandet känns viktigt.”

Fokusgruppsundersökningen

Den är skitbra, 5+. Det är porträtt, fakta, man kan läsa hur de gör på andra ställen. Porträtten ger samhörighet, man ser att flera är drabbade och hur de gör. Allt som står i tidningen är viktigt.”

Fokusgruppsundersökningen



En handledning i MS-diagnostik

Du har ett uppdrag...
 Tidig intervention påverkar sjukdomsprogress...
 Ingen tid att förlora

du har ett uppdrag

Attmärkskärn...
 För att undvika relaterat...
 MS MISSION POSSIBLE

