

## РЕКЛАМНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

# *Mediz* - МАСТЕР УКОЛОВ! ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ

Данная рекламная концепция несет в себе идею заботы о здоровье - собственном, детей, близких, родных. Так как предполагаемый возрастной и социальный контингент потребителя слишком велик, концепция делится на несколько направлений одинаковых по стилистике оформления, но различных по информационному импульсу: “ДЕТСКАЯ”, “СПЕЦИАЛЬНАЯ”, “ОБЩАЯ”



# Mediz - МАСТЕР УКОЛОВ!

ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ

## 1. "ДЕТСКАЯ"

**Потребитель:** Родители, дети до 14 лет

**Слоган:** Я уколов не боюсь!

**Рекламный носитель:** постеры, настенные календари, карманные календарики, воблеры

**Сопутствующая информация:**

календарь прививок, сроки вакцинации, акции по вакцинации

**Размещение:** в поликлиниках, в школах, в аптеках

**Цель:** узнавание бренда через заботу о здоровье детей, информацию о необходимом медицинском обслуживании, а так же закрепление в сознании стереотипа: (для детей) Медиз - не больно; (для их родителей) Медиз - безопасность, своевременность, надежность

# Mediz - МАСТЕР УКОЛОВ!

ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ



**Я  
УКОЛОВ  
НЕ БОЮСЬ!**  
Спрашивайте в аптеках города.

# Mediz - МАСТЕР УКОЛОВ!

ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ



## КАЛЕНДАРЬ ПРИВИВОК

Возраст	4-7 дней	1 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	12 мес.	15 мес.	18 мес.	24 мес.	6 лет	7 лет	11 лет	14 лет	16 лет	17 лет
Выздор.											2)		3)		
Туберкулез	БЦЖ, БЦЖ-М	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Дифтерия, коклюш, столбняк	-	-	АКДС	АКДС	АКДС	-	-	АКДС	-	АДС-М	АДС-М	АДС-М	АДС-М 4	-	-
Полноценный ОПВ	-	-	ОПВ	ОПВ	ОПВ	-	-	ОПВ	ОПВ	ОПВ	-	-	-	-	-
Корь, паротит, краснуха	-	-	-	-	-	-	1)	-	-	1)	-	-	-	-	-
Гепатит В	6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ПРИВИВКИ, НЕ ВОХОДЯЩИЕ В КАЛЕНДАРЬ, НО ВОЗМОЖНЫЕ НА КОММЕРЧЕСКОЙ ОСНОВЕ															
Гематофильных инфекций	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Mediz Спрашивайте в аптеках города.



# **Mediz** - МАСТЕР УКОЛОВ!

ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ

## 2. “СПЕЦИАЛЬНАЯ”

**Потребитель:** врачи, провизора, заведующие аптек, а так же лица, отвечающие за закуп мед. оборудования для больниц и аптек

**Слоган:** Выбирай лучшее!

**Рекламный носитель:** постеры, квартальные календари, буклеты, воблеры, сувенирная продукция (пакеты, ручки, часы, папки для бумаг)

**Информация:** качество и уникальность продукции, технические характеристики

**Сопутствующая информация:** приказы Минздрава, календарь вакцинации, график уколов  
Размещение: в аптеках, в больницах

**Акции, бонусные системы**

**Цель:** продажа бренда путем информирования о нем, заинтересованность через создание дополнительных удобств при использовании продукции

# Mediz - МАСТЕР УКОЛОВ!

ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ

## 3. "ОБЩАЯ"

**Потребитель:** от 14 и выше

**Слоган:** Жизнь дается один раз!  
Мастер уколов!

**Рекламный носитель:** постеры, наружная реклама, карманные календарики, воблеры, пакеты, папки

**Сопутствующая информация:** социальные проблемы (наркомания, борьба со СПИДом..), а так же создание забавных графических изображений-символов, которые будут служить привлекающими внимание, а, следовательно, запоминающимися моментами бренда.

**Размещение:** билборды, растяжки, штендеры возле аптек, промо-материал для акций, проведение акций

**Цель:** Утверждения бренда как Медиз - надежно, безопасно, качественно, доступно.



Mediz



тел:777 77 77



КАЧЕСТВО - ЭТО МЫ!



Одноразовые шприцы и системы



Mediz - МАСТЕР УКОЛОВ!  
ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ



ЖИЗНЬ ДАЕТСЯ  
ОДИН РАЗ!



тел:777 77 77

# **Mediz** - МАСТЕР УКОЛОВ!

ОДНОРАЗОВЫЕ ШПРИЦЫ И СИСТЕМЫ

P.S. Считаю, что различные аптечные и больничные постеры более предпочтительней болбордов и громоздкой наружной рекламы, так как будут воздействовать на потребителя именно в момент выбора, а стимуляция провизоров и аптекарей выгоднее проведения публичных промо-акций.

