

#prsakoule kampaň – Loono

Cílem projektu #prsakoule, který zaštiťuje nezisková organizace Loono, za níž stojí studenti 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy, je naučit zejména mladé lidi, jak správně a pravidelně vyšetřovat sobě nebo svému partnerovi prsa a varlata, a odhalit tak rakovinu včas. Málokdo totiž ví, že by na ně alespoň 1× měsíčně měl sáhnout správně a provádět tzv. samovyšetřování.

Kdo za kampaní stojí?

Tým neziskové organizace Loono čítá v současné době na 15 lidí – jsou mezi nimi studenti pražských lékařských fakult, ale i PR manažerka, právnička a odbornice na sociální média.

Za kampaní #prsakoule stojí lidé, které žene dopředu chuť motivovat mladé lidi, aby mysleli na své zdraví včas. Společně sníme o tom, že změním svět k lepšímu. Jsme hrdí na to, že většina z nás pracuje bez nároku na jakýkoliv honorář.



Na přelomu roku jsme také navázali spolupráci se studenty mimopražských lékařských fakult, konkrétně z Plzně, Ostravy a Brna. Tato spolupráce zefektivní pořádání workshopů v regionech a sníží náklady na cestovné z Prahy. Navíc zapojení se studentů lékařských fakult do preventivních programů zlepšuje jejich praktické a komunikační dovednosti pro budoucí praxi.

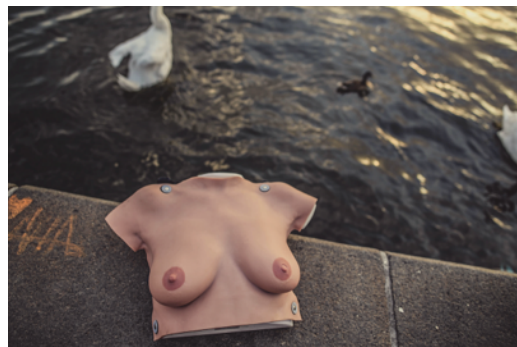
Co konkrétně děláme?

- Pořádáme vzdělávací workshopy – doposud jsme v oblasti prevence vyškolili 5 000 lidí, 21 z nich si díky tomu odhalilo rakovinu včas. To nám ale nestačí. Chceme, aby těch včas odhalených bylo mnohem více.
- Pořádáme přednáškové večery na nejrůznější témata
- Aktivně se účastníme rozmanitých různých typů akcí, kde se vyskytuje naše cílová skupina: festivaly, fashion markety, sportovní akce...
- Snažíme se do kampaně aktivně zapojit naši cílovou skupinu – oslovili jsme například opinion leadery, aby se stali našimi ambasadory a vyzvali jsme širokou veřejnost, aby se zapojila do kampaně #prsakoule (lidé dávají specifickým gestem najevo, že je pro ně téma důležité a chtějí pomoci šířit osvětu)



Novost řešení

- #prsakoule kampaň představuje inovativním způsobem nová řešení v sociální oblasti, a to stylem komunikace i použitými komunikačními kanály.
- Projekt se věnuje dosud opomíjeným cílovým skupinám, zejména mladým lidem, na které se v preventivních kampaních a screeningových programech nemyslí.
- Kampaň #prsakoule probíhá ve velké míře na sociálních sítích. Díky tomu se nám podařilo dostat vážné téma mezi mladé lidi a upozornit je, že se rakovina může týkat i jich. Díky unikátnímu hashtagu se do konverzace mohl zapojit kdokoli.



- Nestrašíme, ale mluvíme otevřeně, a dalo by se říct i odlehčenou formou.
- Chceme, aby prevence nebyla povinnost, ale něco, co bude lidi bavit a na co budou pyšní.

Nový přístup k cílové skupině a její zapojení

Konkrétním a dlouhodobě udržitelným přínosem projektu pro naši cílovou skupinu je včasné odhalení nádorového onemocnění, nacvičení preventivních vyšetřovacích technik a následné pravidelně (samo)vyšetřování prsou a varlat. Zároveň vychováváme současnou generaci, aby vedla k prevenci své děti.

Kampaň #prsakoule jako příklad a vzor

- Kampaň #prsakoule je nedílnou součástí místního a regionálního prostředí – zasahuje nejen Prahu, ale pokrývá i zbytek České republiky. Již jsme také zaregistrovali také zájem o realizaci workshopů na Slovensku.
- Kampaň podporuje dialog a spolupráci mezi organizacemi nebo institucemi – spojuje lékařské fakulty napříč celou Českou republikou, zapojuje lékaře a rozvíjí spolupráci s dalšími organizacemi (jak neziskovými, tak komerčně orientovanými).
- Zapojení se studentů lékařských fakult do preventivních programů zlepšuje jejich praktické a komunikační dovednosti pro budoucí praxi.

Mezioborová spolupráce

Aktivně vyhledáváme možnosti spolupráce s dalšími subjekty jako jsou například jiné neziskové organizace a nadační fondy, komerčně úspěšné projekty mladých lidí, startu-py v oblasti zdraví, kliniky fakultních nemocnic, soukromé ordinace praktických lékařů a v neposlední řadě i korporátní firmy, kde se zapojujeme do programů na ochranu zdraví zaměstnanců.

- Příklady spolupráce, na které jsme pyšní: 1. lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Praze, Všeobecná fakultní nemocnice v Praze, a Fakultní nemocnice v Motole, Liga proti rakovině, Dialog Jessenius, ZOOT, EON, SAP, Česká spořitelna, Euroclinicum, Rohlík.cz nebo Synlab.

Financování

Naše organizace je financována z grantu Nadace Vodafone, od soukromých dárců, mecenášů a firem. To vše doplňují menší projekty, které vycházejí z naší vlastní iniciativy, například partnerství s charitativním projektem DOBRO. společnosti ZOOT, v rámci kterého prodáváme vlastní trička. Milou spoluprací bylo také partnerství s Ko-ra-le.cz, kdy z každého prodaného šperku šla část peněz na podporu aktivit Loona. V loňském roce jsme úspěšně ukončili crowdfundingovou kampaň na portálu hithit.cz, kde jsme vybrali dokonce 238 % cílové částky.



Spolupráce s Ko-ra-le.cz



Spolupráce s DOBRO. & ZOOT

Přehled mediálních výstupů

Téma a kampaň #prsakoule jsme aktivně komunikovali směrem ke klíčovým novinářům. Před spuštěním kampaně jsme uspořádali tiskovou konferenci, na které jsme za přítomnosti médií upozornili na problematiku rakoviny u mladých lidí a představili kampaň #prsakoule.

Díky promyšlené PR strategii a proaktivnímu přístupu se nám podařilo získat pozornost médií.

Kampaň #prsakoule se tak objevila ve všech klíčových médiích. Z televizí můžeme zmínit například Show Jana Krause, DTV, TV Barrandov, pořad Řekli NE a další. O kampani informovala také klíčová rádia (Frekvence 1, Impuls). Napsaly o ní všechny deníky (Lidové noviny, iDnes.cz, Loono a #prsakoule se objevilo i ve speciálu Hospodářských novin, kde dostalo dvoustranu atd.) i většina měsíčníku (například Reportér magazín).