

CAMPAÑAS DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS O SANITARIOS DIRIGIDAS AL GRAN PÚBLICO

MEJOR SPOT DE TV

Obra: Iodo
 Agencia: GlobalHealthcare
 Cliente: Esteve
 Producto: Topionic
 Dirección creativa: Berta Loran
 Dirección artística: Xavier Rambla
 Copy: Julio Fernández
 Diseño gráfico: Lucas Montalvã
 Productora: Dream Team / Buggie Man



Xavier Rambla y Susana Pereña, de GlobalHealthcare, con Sandra Colomer, de Esteve.

Topionic es una povidona iodada para curar pequeñas heridas que compite en un mercado muy saturado. El año pasado, se relanzó el producto bajo el concepto estratégico "Vive el momento", que superaba el uso del producto y se basaba en el *insight* del consumidor. Los objetivos de este año son: 1. Reforzar el posicionamiento en una campaña *follow up* a nivel nacional 2. Seguir haciendo *branding* y 3. Incrementar la identificación emocional por parte de las personas que compran el producto, usuarios, así como prescriptores (farmaceuticos...).

Bajo el concepto creativo estratégico de la marca, "Vive el Momento", se optó por seguir con el eje de campaña "Momentos Top" (momentos de disfrute que implican un cierto riesgo). En lugar de plasmarlos en fotografías utilizamos el propio producto, el iodo, que se asemeja a la tinta y tiene un color muy propio. Así logramos la máxima identificación entre Momentos Top > iodo > Topionic y una imagen de marca impactante, muy actual y muy diferenciadora. La campaña comprende diferentes originales para identificar situaciones y targets distintos.

