

air.
ADDV

*Registro Sardo Donatori
Midollo Osseo*

MIDÒ

*Una strategia di comunicazione
per raggiungere, informare
e sensibilizzare la popolazione
sulla **donazione del Midollo
osseo e di cellule staminali
ematopoietiche***

Fino ad oggi la comunicazione del Registro Sardo Donatori di midollo osseo è stata affidata alla "buona volontà" dei Centri ed alla promozione e rilancio degli eventi nazionali e della loro comunicazione.

Con questo progetto si vuole impostare un sistema di comunicazione che a partire dalla nuova identità e dall'utilizzo sistematico e sinergico degli strumenti di comunicazione digitali e tradizionali, possa attivare una narrazione continua del Registro e sensibilizzare verso l'iscrizione allo stesso.

*Il Registro Sardo dei Donatori
ha un nome ed una personalità.*

MiDò

Ognuno di noi può essere un dono.

Mettiamo al centro del messaggio la persona, perché in effetti è questo l'obiettivo dell'iniziativa: coinvolgere e sensibilizzare le persone.

Ci concentriamo sulla valenza soggettiva del donarsi. Donare non solo una parte di sé, ma donare nel senso più completo ed esteso.

il nome nasce direttamente dalla parola MIDOLLO che, in un certo senso, già contiene al suo interno tutto il senso di questa iniziativa: MIDO(llo). La parola "Midollo", infatti, viene contratta, grazie all'emissione dell'ultima parte.

RESTA MIDÒ CHE, GRAZIE ALL'USO DELL'ACCENTO, GENERA UN NEOLOGISMO UNICO E MEMORABILE, CON UN SENSO SPECIFICO E PRECISO, PERFETTAMENTE CALZANTE CON GLI OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA E DEL REGISTRO.



Dono



Persona



Scambio
Donatore/Donatario



Vita



IL LOGO



Ognuno di noi può essere un dono.

REGISTRO SARDO DONATORI MIDOLLO OSSEO





www.midono.it

Un sito in linea con il nuovo TONO DI VOCE del Registro che si vuole avvicinare sempre di più al target dei potenziali donatori.

Una struttura semplice per un contenitore di tutte le informazioni utili ai potenziali donatori.

Il sito verrà aggiornato continuamente ed i contenuti saranno rilanciati attraverso i social network.

Sempre presenti e ben in evidenza le CALL TO ACTION per richiedere informazioni ed iscriversi al registro.

Ognuno di noi può essere un dono

Il messaggio principale diventa campagna in una multisoggetto con i volti dei potenziali donatori che fanno il gesto del dono.

La campagna sosterrà il lancio di Midò e sarà pianificata sui bus delle principali città della Sardegna: Cagliari, Nuoro, Sassari e Olbia.



LA CAMPAGNA



Ognuno di noi può essere un dono.

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE
PER LA DONAZIONE DEL MIDOLLO OSSEO
IN SARDEGNA.

Informati ed iscriviti su:
www.midono.it





LA CAMPAGNA



Ognuno di noi può essere un dono.

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE
PER LA DONAZIONE DEL MIDOLLO OSSEO
IN SARDEGNA.

Informati ed iscriviti su:
www.midono.it



MiDò

Ognuno di noi può
essere un dono.

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE
PER LA DONAZIONE DEL MIDOLLO OSSEO
IN SARDEGNA.

Informati ed iscriviti su:
www.midono.it



LA CAMPAGNA



Storytelling, visual e copy.

La semplice presenza all'interno dei più noti social media ormai non è più sufficiente, oggi occorre svolgere un'azione, che noi perseguiremo sia in maniera organica che a pagamento, in grado di tenere vivo il profilo, abitarlo con contenuti di valore e focalizzarlo per incrementare le interazioni del pubblico e dare al progetto MiDò una nuova veste anche su questi canali.

I social saranno gestiti attraverso la creazione di un piano editoriale che prevederà contenuti pensati sia a livello testuale che a livello visivo e che saranno calendarizzati in modo costante per creare una comunità di utenti interessati e coinvolti.

LINEE EDITORIALI**LANCIO**

Racconta e sottolinea gli obiettivi del progetto, introduce il passaggio al nuovo naming e logo

EDUCATIONAL

Informa il pubblico e lo sensibilizza alla donazione
Spiega con parole semplici argomenti di carattere tecnico, medico e scientifico

MATCH!

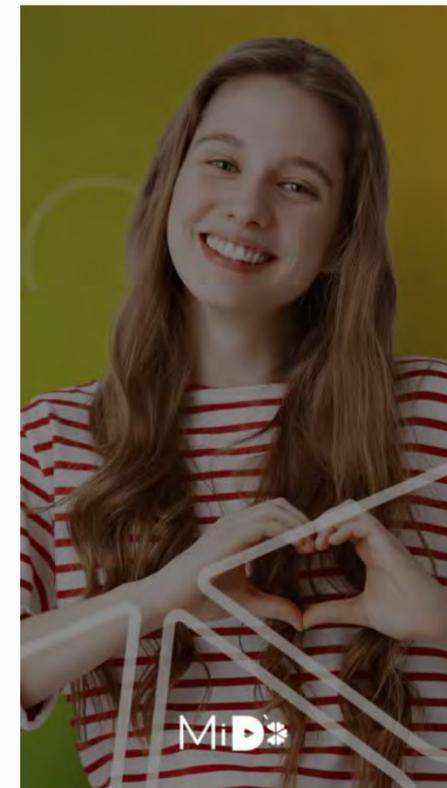
Riporta le testimonianze dei donatori e dei riceventi per accendere l'empatia degli utenti

EVENTO

Presenta gli eventi in programma (es. Match it now) e ne incoraggia la partecipazione.
Aggiorna costantemente sulle attività delle associazioni.

FAQ

Chiarisce i dubbi sulle domande più frequenti e rassicura su eventuali timori che potrebbero ostacolare la donazione



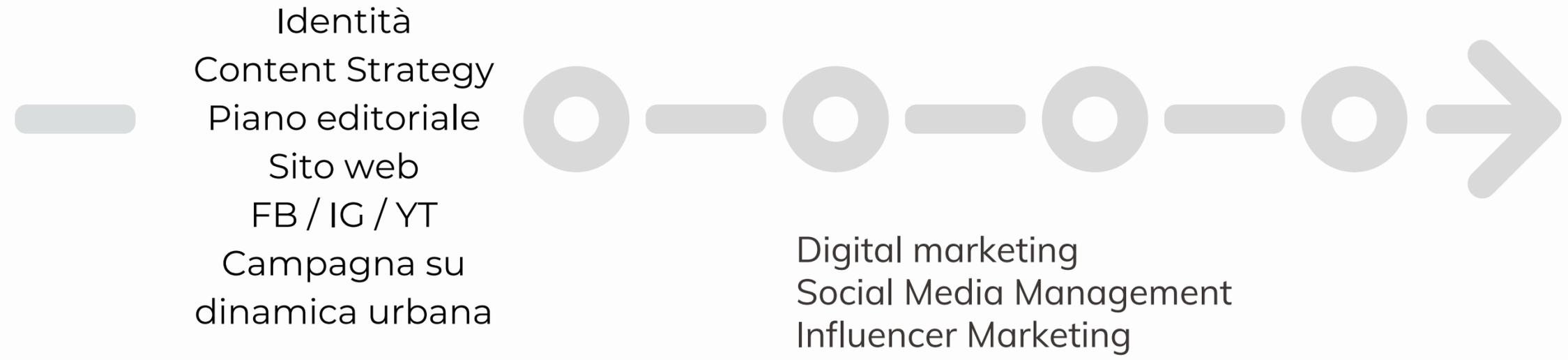


ESEMPI DI TUTORIAL YOUTUBE





TIMELINE



Sfatare le false credenze

CREATORS



I creators coinvolti realizzeranno contenuti social volti a sfatare le false credenze dietro alla donazione di midollo e presentandolo quindi come un gesto di assoluta generosità che non comporta alcun danno per chi vi ci sottopone, ma solo la possibilità di fare del bene.

TONE OF VOICE



Ogni influencer coinvolto adoterà il proprio personale tone of voice per parlare dell'iniziativa, adattando il contenuto alla propria audience di modo da massimizzare i risultati.



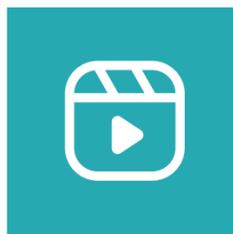
air.ADDV realizza un micro set in cui vengono ospitati vari influencer sardi e gli vengono lette curiosità e informazioni sulla donazione di midollo. Si registrano le loro reazioni e commenti a quanto sentono.



Il video così confezionato viene condiviso sui canali social dei talent tramite pubblicazione nei feed o nelle stories e usato come contenuto per l'advertising.



Ogni influencer realizza inoltre un set di stories in cui parla della sua esperienza sul set del video e invita alla donazione. Questi contenuti vengono scaglionati in un arco temporale della durata di tre mesi.



Ogni influencer realizza un reel da pubblicare sul proprio instagram/tiktok a tema "Cose che non sapevi sulla donazione di midollo osseo". Ogni contenuto video termina con la CTA alla donazione.



Il reel viene condiviso nelle stories. L'influencer realizza un set di stories in cui invita direttamente alla donazione tramite TAB link.



I contenuti dei vari influencer coinvolti verranno scaglionati nel corso di 3 mesi (minimo 3 influencer - max 6 distribuiti con regolarità in questo arco temporale).

grazie per l'attenzione

