



Lucas Montalvá y Silvia Giménez, de GlobalHealthcare.

ASPID DE PLATA

Obra: Agentes secretos
Agencia: GlobalHealthcare
Ciente: Boehringer Ingelheim
Producto: Pradaxa
Dirección creativa: Berta Loran
Dirección artística: Lucas Montalvá,
Eduard Comas
Copy: Julio Fernández

Pradaxa, primer anticoagulante oral, es el gran lanzamiento del laboratorio Boehringer Ingelheim que supondrá una verdadera revolución en el área de la prevención de la trombosis. Para ello se ha realizado una campaña de comunicación interna específica para el core group (personas directamente implicadas en el lanzamiento). Los objetivos de la campaña son: motivar e implicar a las personas que trabajarán con y para Pradaxa, y comunicarles que forman parte del mayor lanzamiento de Boehringer y que su papel será fundamental para que sea un éxito.

Para cumplir con estos objetivos, creamos una Agencia Secreta, el C.I.P. (Central de Investigación Pradaxa), en la que ellos serían agentes secretos, con la misión de propiciar la REVOLUCIÓN de Pradaxa. Un mundo creado de pistas, de mensajes en clave: acetatos que hay que unir para entender el contenido, tinta que sólo se lee a oscuras, maletines con sus "uniformes"... Todo con un diseño y lenguaje pensado para hacerles sentir dentro de una película de detectives. Con todo esto les hacemos jugar, logrando que crezca la expectación y la implicación e ilusión en el trabajo del día a día.

