

Aspid de Plata a la mejor campaña

Categoría: Especialistas
Agencia: ENE Publicidad
Obra: Ilusionados por crecer
Cliente: Lilly
Producto: Humatrope

Dirección creativa: Alberto Rosa
Dirección artística: Raquel Tarazona
Copy: Olga Velasco
Diseño gráfico: Miguel Gil
Ilustración: Miguel Gil



Jorge de Marco, de Lilly; Alvaro Bosch y Javier Elguero, miembros del Jurado y Tuxa Ordóñez, de Ene Publicidad.

Con el objetivo de hacer más atractiva la imagen del producto se decidió dar un giro a la comunicación de Humatrope. Con ello se consiguió una percepción más intuitiva y cercana, tanto para el médico como para el paciente y su familia. Para conseguirlo se incluyó dicha imagen en elementos tales como libros de ilustraciones explicando el problema del crecimiento, diagramas de rotación, tallímetros y demás elementos de visita médica y de apoyo para congresos.

Para conseguir llegar a estos dos públicos tan dispares se realizó una estrategia con dos líneas de comunicación diferenciadas, aunque con un eslogan común: Ilusionados por crecer. Con respecto a los médicos, se desarrolló una línea muy emocional, pero incluyendo elementos científicos que delimitaban el problema a tratar y resolvía con el nombre de producto y la frase de cierre. A su vez, el paciente recibía una comunicación mucho más intuitiva, creándose dos personajes representativos, Tally y Smally, cuya labor es explicar a los niños el desarrollo del crecimiento y cómo utilizar Humatrope.

