

Mejor literatura

Categoría: Atención primaria
Agencia: Pavlov
Obra: Ombligos
Cliente: Boehringer Ingelheim
Producto: Buscapina

Dirección creativa: Xavier Sánchez
Dirección artística: Eli Angulo
Copy: Josep Pla



Alvaro Bosch y Miguel Angel Anadón, miembros del Jurado; Ana Belén Gil, de Boehringer Ingelheim y Xavier Sánchez, de Pavlov.



Buscapina, un fármaco conocido y reconocido con más de 30 años en el mercado, buscaba un reposicionamiento de su estrategia de comunicación y de sus mensajes. Ambos debían rejuvenecerse para reivindicar, con todo derecho, su perfecta actualidad por su eficacia y por el número de casos clínicos tratados.

La campaña tenía dos objetivos: centrar perfectamente el ámbito de actuación del fármaco, el dolor abdominal, representado creativamente por el ombligo que sufre, y también dar a conocer casos clínicos y determinados perfiles de pacientes. La combinación de ámbos materiales en la misma visita está dando sus frutos ya que esta nueva estrategia de comunicación también se ha reflejado en las ventas.

