



ХРУПКИЙ ВОЗРАСТ

не дай остеопорозу
сломать жизнь

Программа по улучшению информированности населения РФ о заболевании Остеопороз «Хрупкий возраст»

AMGEN[®]



РАГГ



**ХРУПКИЙ
ВОЗРАСТ**

не дай остеопорозу
сломать жизнь

ОХВАТ АУДИТОРИИ В СМИ

10 000 000 +

МОСКОВСКОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ ПРОЕКТ ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ, УЧАСТНИКИ 50+

Для информирования населения о риске и профилактике заболевания остеопорозом в партнерстве с РАОП и РАГГ разработаны и изготовлены информационные буклеты для их размещения в центрах проводимости занятий:



ИНТЕРНЕТ-МЕДИА КАМПАНИЯ

Стартовала медиакампания в сети Интернет.

Используемые инструменты:

- Контекстная реклама Yandex Direct и Google Adwords
- Социальные сети: FB, ОК, VK
- SlickJump
- Реклама по заданным параметрам / RTB

Целевая аудитория:

- Интернет-пользователи 30+ и 50+

В период с 16 декабря по 30 сентября:

2 875 462

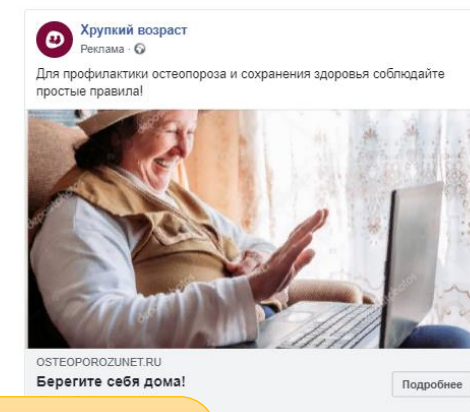
Общий охват кампании

47 105

Общее количество переходов на сайт

15 944

(33,8% от переходов на сайт)
Общее количество заполнений
теста на риск остеопороза



В период с 16 декабря по 30 сентября:

200 000

участников Московского долголетия

90

Охваченных центров
Московского долголетия

10 000

Разложенных
информационных буклетов



**ХРУПКИЙ
ВОЗРАСТ**
не дай остеопорозу
сломать жизнь

Расширение и пролонгация проекта «Хрупкий возраст»

- **Интернет медиа-кампания в г. Санкт-Петербург**

Период: 3 месяца

Охват аудитории: 600 000

Кол-во переходов на сайт: 12 000

- **Размещение видео-ролика на видеоэкранах вагонов московского метрополитена**

Период: 2 месяца

Охват аудитории: 4 734 000

Кол-во показов: 400 000

- **Размещение видео-ролика в**



Период: 3 месяца

- **В наличие информационные брошюры для федеральных центров остеопороза**

