

St. David's Medical Center

"Emergency Identification Kit"
Campanha Multicanal Direct Mail + Digital | EUA



O Desafio

O St. David's Round Rock Medical Center precisava de promover os seus serviços de emergência médica junto da comunidade local, aumentando a notoriedade e a ligação entre os residentes e o centro médico.

A Solução



Campanha multimédia integrada: DM + app + campanha física presencial

A diretora de marketing Celeste Lesmeister desenvolveu uma campanha que integrava uma peça de Direct Mail, uma aplicação para smartphone e atividade física presencial. Esta abordagem multicanal garantia que cada segmento da comunidade era atingido pelo canal mais relevante.



Instruções no DM para descarregar a app MyHealthONE com ferramentas de saúde

A peça de publicidade endereçada incluía instruções claras para descarregar a aplicação MyHealthONE, que oferecia ferramentas de diagnóstico, informação sobre os serviços de emergência e localização das instalações. O correio físico funcionava como ponto de entrada para o ecossistema digital.



Direcionado a consumidores e serviços de emergência médica locais

A campanha tinha dois públicos distintos: os residentes locais e os próprios serviços de emergência médica, para garantir que o centro médico era o destino de referência em caso de emergência. Esta dupla abordagem maximizou tanto a procura direta como o encaminhamento institucional.

Os Resultados



+200

solicitações do kit de identificação de emergência



4.000

visitas geradas para o website do hospital



3.000

novos visitantes dos quais 75% visitas únicas