

www.formatmedicom.it

**DARIO NUZZO**

A cura di

Patrocinato da  
**SCUOLA MEDICA  
SALERNITANA**



**EVENTI**

# MEDI+COM

Ogni evento può diventare una bella storia

2024

**MEDICOM**  
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO

**MEDICOM**



# “Un effetto speciale senza una storia è una cosa noiosa”

George Lucas

Eventi, meeting, convegni, riunioni plenarie sono investimenti importanti da tutti i punti di vista:

- Economico
- Organizzativo
- Per attesa di ritorni

Massimizzare il coinvolgimento, la partecipazione e il ricordo significa evitare un enorme spreco.

Rendere un evento parte di una storia coinvolgente, partecipata e memorabile è quello che vi proponiamo, integrando lo **storytelling** nello **strategic planning**.



# STRATEGIC STORYTELLING

## STORYTELLING

È l'arte del "raccontare storie", per inquadrare gli eventi della realtà e spiegarli secondo una logica di senso: è questo che permette di rendere comprensibile, comunicabile e ricordabile ogni vissuto.

## QUATTRO ATTI

È il modello di storytelling più collaudato utilizzato dal cinema statunitense, e che sfrutta gli elementi principali di gran parte delle narrazioni più apprezzate (mitologia, cinema, teatro, fumetti contemporanei, ...)

## QUATTRO OBIETTIVI

Presentare il tema e i protagonisti, motivare una scelta che può cambiare il corso delle cose, rendere il momento clou denso di emozioni e gratificare i partecipanti: questa è la struttura di una bella storia, ma anche di un evento che fa storia.

## IL VOSTRO PIANO

1. Fase teaser, per incuriosire
2. Count Down, per motivare
3. L'evento, per centrare gli obiettivi
4. Follow on, per fidelizzare

**MEDICOM** PHARMA EVENTS

# STORYTELLING

OGNI EVENTO HA LA SUA STORIA





## DARIO NUZZO

AUTORE TV,  
GIORNALISTA,  
ESPERTO ADV

MEDIASET, PUBLITALIA '80,  
OGGI, GRAZIA, FOCUS JUNIOR



### DALLA TV, ALL'ADV al PHARMA

L'informazione fa rima con  
emozione!

#### DALLA TV AL SETTORE FARMACEUTICO

# TUTTO NASCE DALLA CONTAMINAZIONE

“Dai giochi di prestigio che facevo fin da ragazzo ho imparato cos'è la MERAVIGLIA. Ho voluto scoprire di più costruendo un prodotto tv per bambini legato indissolubilmente al GIFFONI FILM FESTIVAL, MUKKO PALLINO. Ciò che cattura l'attenzione di bambini e ragazzi l'ho portato con me prima nel mondo del PINOCCHIO di C. Collodi poi a MEDIASET nelle avventure TV di 'Mistero', 'Wild' e 'Dalla Parte degli Animali'. Dall'edutainment e l'infotainment ho imparato che l'intrattenimento è una chiave indispensabile per attirare l'attenzione, anche applicandola al mondo della salute”.

*Dario Nuzzo*

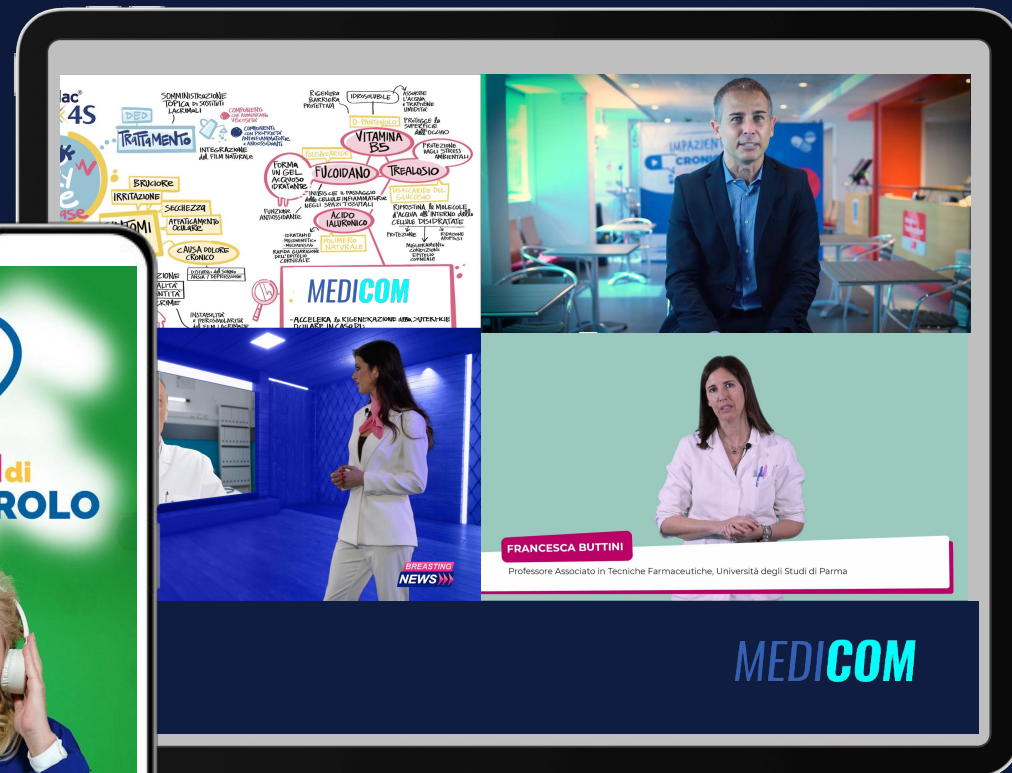
UN PERCORSO PENSATO, SVILUPPATO,  
PERFEZIONATO, AFFINATO

# IL MEDICOM

Il MEDICOM è un prodotto di edutainment, frutto di 10 anni di attività sul campo, che **mette il linguaggio dei programmi di 'intrattenimento** – sitcom, talent, gaming, reality, talk show – **al servizio della corretta informazione scientifica.**

Questo format offre, attraverso i suoi pharma video content, informazioni adeguate al pubblico, in modo emozionale, interattivo, empatico e piacevole.

**Nel MEDICOM, il clinico diventa parte integrante dello storytelling**, non solo contribuendo alla creazione di contenuti, ma dando autorevolezza alle finalità dell'operazione.



# MEDICI & DIGITALE

# 93%

MEDICI CHE USANO IL WEB

Ogni giorno per lavoro in media per 8 ore alla settimana in Italia.

Il futuro della formazione scientifica 'GFK/Univadis 2019





*Un medico più sereno è un medico migliore*

**MEDICO: HUMANIZED VISION**

# L'EMPATIA MEDICOM

Il contenuto MEDICOM si fonda sull'empatia perché  
**dietro ad ogni clinico, così come ogni paziente, c'è  
sempre una persona.**

## **PAZIENTE: HUMANIZED VISION**

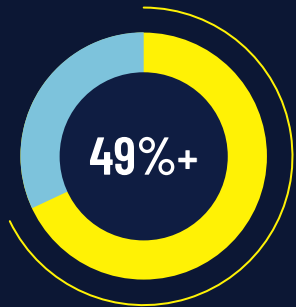
*Un paziente informato è*

*inevitabilmente più aderente alle cure*



# MEDICOM I NUMERI

Gli audiovisivi MEDICOM rappresentano la migliore strategia per aumentare la % di apertura e interazione delle comunicazioni focus degli ISF o nelle strategie di CRM per medici/specialisti, come certificato da IQVIA.



KOL ENGAGEMENT  
 IQVIA™

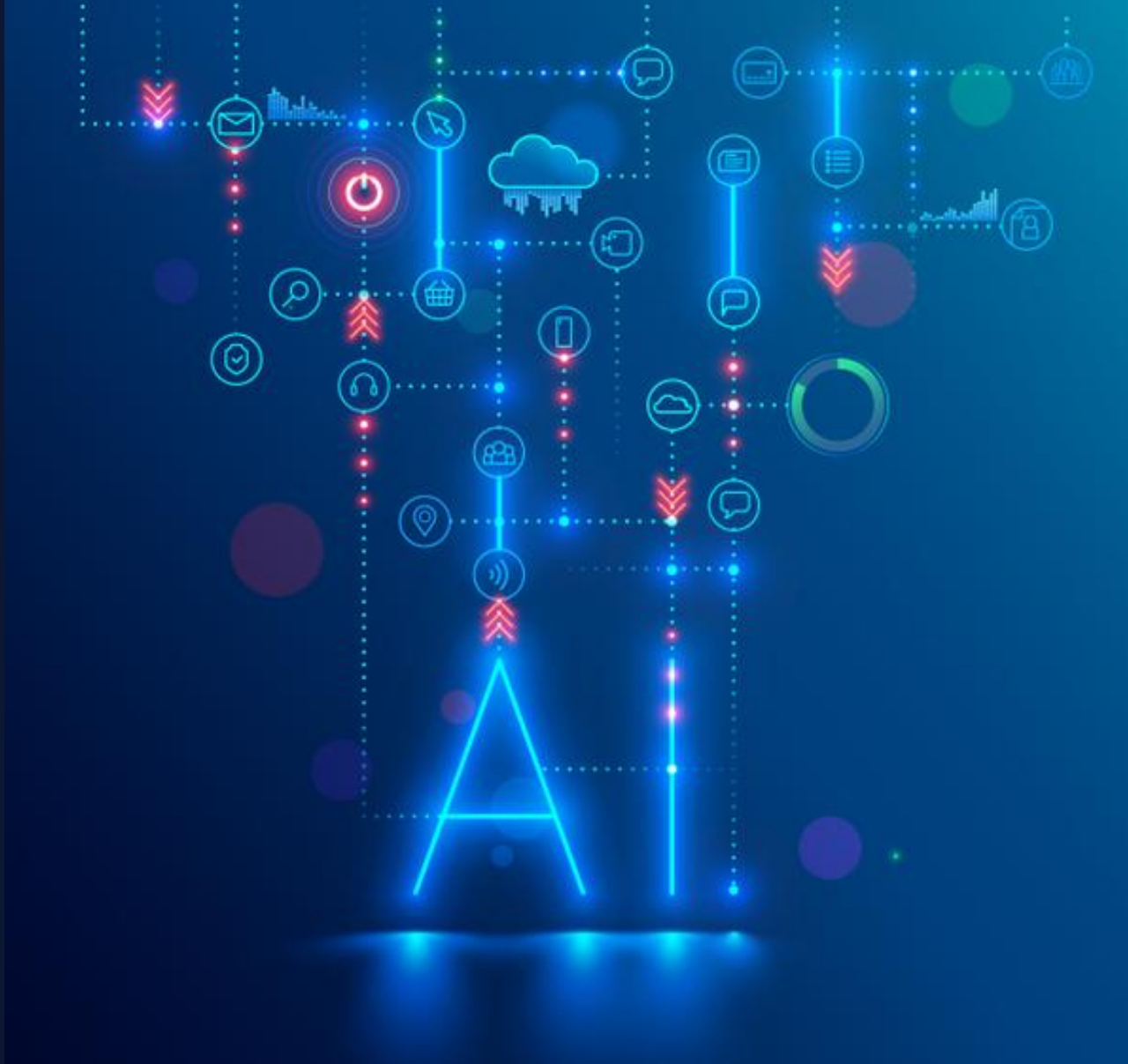


# IL TREND AI

## NEL SETTORE FARMACEUTICO

Si prevede che i temi prevalenti nel mercato della sanità digitale nel 2024 ruoteranno attorno all'intelligenza artificiale (88%) (R2G's Digital Health Business Outlook Survey 2024).

L'ascesa dell'IA continua su una traiettoria costante, svolgendo **un ruolo cruciale in vari aspetti delle soluzioni di salute digitale** e dell'assistenza sanitaria in generale, come ad esempio l'**analisi di vasti set di dati medici**, il miglioramento della precisione, della **personalizzazione e dell'efficacia della diagnostica** e dei trattamenti, gli sforzi di scoperta dei farmaci da parte dei produttori farmaceutici e la creazione di assistenti virtuali o chatbot per l'autogestione dei pazienti in diverse aree terapeutiche.



**MEDICOM** PHARMA EVENTS

# LA NOSTRA PROPOSTA

UNA SIMULAZIONE DI COME POSSIAMO AMPLIFICARE  
I VOSTRI EVENTI



# FASI DEL PROGETTO

## FASE TEASER 1

Per creare **attenzione**  
**attorno al tema**

## COUNT DOWN 2

Per coinvolgere sul tema  
e creare attesa

## EVENTO 3

Il **vostr**i contenuti per  
**attività di meeting,**  
**convegni, team building**  
implementati

## FOLLOW ON 4

**Fase di richiamo** per  
partecipanti e non, in  
ottica di fidelizzazione

## Sulla Bocca degli Italiani

Cosa ispirano le vostre keywords?



# LINEA ALLE PIAZZE ITALIANE

## MA TU KEYWORDS DA ME?

**GENERE:** Vox Populi

**TARGET:** Kol/Target interno

**EPISODI:** 3-6

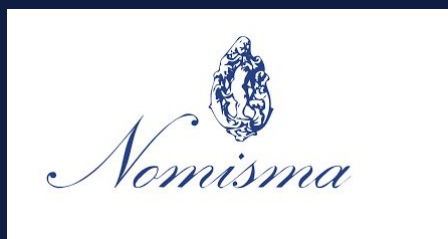
**Da Aosta a Canicattì cosa ispirano le nostre keywords agli Italiani? E quanto ne sanno dell'argomento che vogliamo trattare?** Per scoprirlo utilizziamo un format corale che raccoglie la voce degli italiani, mettendo insieme esperti e gente comune con l'obiettivo di scoprire problemi e desideri

# FASE 1: TEASER

LO STATO DELL'ARTE

## INDAGINE "NOMISMA"

Insieme al partner NOMISMA, leader nel settore delle consulenze di mercato e consulenze alle imprese, Integriamo il vox populi con le risposte di un campione di specialisti, pazienti e caregiver



A

### RISULTATI INDAGINE

Consegna dei risultati dell'indagine ai KOL & target interno

B

### IMMAGINI PARTECIPATE.

Creazione di opere in I.A. nate dalle risposte alle parole chiave

C

### OFF/ONLINE

DEM & presentazioni possono essere arricchite dalle immagini I.A., utilizzabili anche come stampe-arredo per gli studi (gift brandizzato)

# FASE 2: COUNTDOWN

PROTAGONISTI I KOL

## A.I. TALK SHOW

GENERE: Docu-Real

TARGET: KOL

EPISODI: 3-6

Come **strategia di avvicinamento**,

alcune clip veicolate via **DEM**

introdurranno al tema dell'evento focus

Ciascun episodio inizierà con sigla,

estratto **Vox populi** dalle **piazze italiane**,

per fare focus su una **keyword**. Alla

**keyword** corrisponderà un **intervista**

**del clinico** accompagnato da una

**mappa concettuale** in I.A.

### SET EXPERIENCE:



Oltre ai clinici già coinvolti, invitiamo i referenti dell'azienda ad assistere alle riprese in presenza sul set o da remoto.



MEDICOM

REFERENCE:

MAPPA

CONCETTUALE



MEDICOM

PHARMA EVENTS





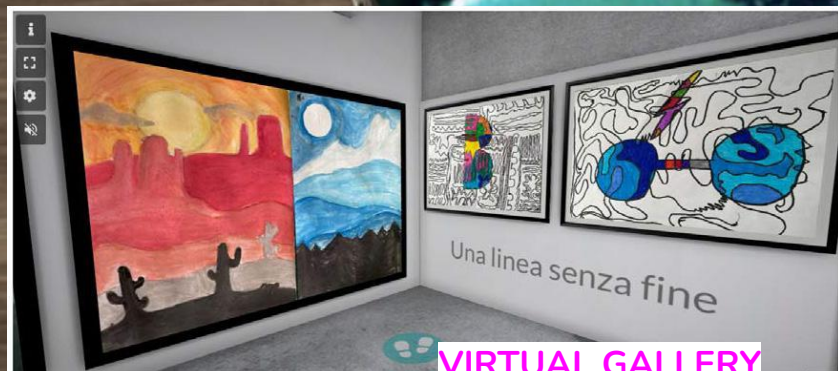
# FASE 2: COUNTDOWN

PROTAGONISTA IL TARGET INTERNO

## Tu sei la nostra I.A.

CONTEST + MOSTRA + BOOKLET

Il significato delle keywords per il target interno diventano un contest di avvicinamento e, tramite l'I.A., immagini che possono diventare mostra virtuale o, con le mappe concettuali generate dai KOL, elementi per presentazioni cartacee/digitali dell'evento.



VIRTUAL GALLERY

# FASE 3: EVENTO LANCIO

IN PRESENZA/STREAMING PER L'INGAGGIO DEGLI SPECIALISTI

## I.A. & FACILITATORE/ARTISTA

Le pareti bianche si vestono con la mappa concettuale  
risultante dagli interventi in programma



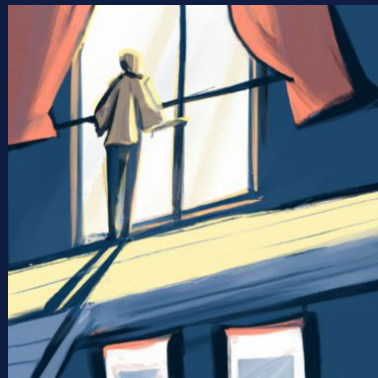
# FASE 4: FOLLOW ON

RECAP/REMEMBER GIFT

Reportage con i momenti salienti dell'evento lancio da utilizzare come Remember Gift per partecipanti e non.



## AI ARTWORKS:



## CALL TO ACTION:

Visita la **GALLERIA VIRTUALE**  
con le Immagini in I.A..

**MEDICOM** PHARMA EVENTS

# RACCONTA LA TUA STORIA

VIENI IN CALL PER VEDERE ALCUNE CASE HISTORY & CONOSCERE  
LA NOSTRA INTERPRETAZIONE



## MEDICOM EVENTI

# GRAZIE.

OGNI EVENTO PUÒ' DIVENTARE  
UNA BELLA STORIA

**DARIO NUZZO**  
A cura di

Patrocinato da  
**SCUOLA MEDICA  
SALERNITANA**

