PREMIOS EIKON 2025

Grupo Omint

THE TEST LIST

THE TEST LIST - GRUPO OMINT

Categoría: 2.06 Sustentabilidad en Salud

Título del Programa: The Test List

Nombre de la Compañía: Grupo Omint

Departamento: Publicidad y equipo de programas especiales Grupo Omint

Agencias involucradas: Tombras Niña; Burson.

Personas Responsables: Adeline Stevens, Patricia Moreno, Natalia Vasquez del equipo de la Gerencia Corporativa de Marketing y Comunicación del Grupo Omint y los Dres Gabriela Mazzuchelli, Gabriela Rodriguez y Facundo Tornelli, de la Dirección Médica de Omint.

Punto de partida

La campaña **The Test List** nace a partir de un dato alarmante: la creciente pérdida de audición entre los jóvenes.
Los motivos principales radican en el uso desmedido de auriculares y con volúmenes nocivos para el sistema auditivo, como así también la exposición sonora prolongada en boliches o recitales.
Datos de la BMJ Global Health indican que el 48% de los jóvenes sufre pérdida auditiva por el uso de auriculares, y el 50% de las personas entre 12 y 35 años oyen música a volumen dañino a riesgo de **daño permanente en el sistema auditivo** (según la OMS el límite es 85 decibelios (dB) por un máximo de 8 horas). Además de la pérdida de audición, la contaminación sonora se relaciona con enfermedades cardiovasculares, hipertensión, trastornos del sueño, bajo rendimiento y deterioro cognitivo.

OMINT detectó que la exposición prolongada a ruidos fuertes suele ser minimizada entre los jóvenes, ya que la pérdida auditiva no se percibe como un problema propio de su etapa de vida. Esta falta de conciencia favorece la instalación de hábitos dañinos que, con el tiempo, resultan difíciles de revertir.

El desafío de la audiencia

Captar la atención de un público joven, poco familiarizado con la problemática de la pérdida auditiva, representaba un verdadero desafío. Más aún cuando se trata de modificar un hábito tan naturalizado como la exposición a volúmenes altos. Por eso, fue fundamental impulsar una campaña que promoviera la salud auditiva desde un enfoque creativo y alineado con los códigos y formatos que este grupo consume. La iniciativa debía ir más allá de los mensajes o medios tradicionales en salud para captar su atención de manera auténtica y efectiva.

¿Qué queremos lograr?

Objetivos y estrategias

Objetivo principal: concientizar a la población joven sobre la importancia de la salud auditiva y los riesgos de la exposición prolongada a altos niveles de ruido.

- Promover la realización de chequeos auditivos regulares (audiometrías) como parte de un control de salud integral.
- Educar sobre prácticas seguras de escucha (mantener el volumen por debajo del 60%, limitar el tiempo de exposición, usar tapones en ambientes ruidosos).

Mensaje clave

En una época en donde nadie escucha recomendaciones médicas, vamos a hacer que escuches A TUS OÍDOS.

"Tu audición es valiosa. Cuídala hoy para disfrutarla mañana. La prevención es clave, y la música puede ser tu aliada para empezar a cuidarte.

¿Cómo?

Usar Spotify como plataforma de consumo masivo para abordar un problema de salud relacionado con el consumo de música, a través de una experiencia interactiva y relevante para el público objetivo, presentada por Grupo Omint.

Canales de comunicación

- **Canal principal:** Spotify
- **Redes Sociales:** Instagram, TikTok, Facebook, Twitter.
- **Prensa:** Comunicados de prensa a medios masivos y especializados en salud y estilo de vida.
- **Sitio web**: Banners web en el sitio de Grupo Omint.
- **Colaboración con celebridades y creadores de contenido:**
  - Yami Safdie: artista musical con gran llegada al público joven.
  - Fede Bareiro: Periodista de música e influencer.
  - Pauli Echeverría: Periodista de música e influencer.

Etapas de la campaña

The Test List fue lanzada en julio de 2024. Se concibe como una iniciativa de concientización a largo plazo, con una fase intensiva de lanzamiento y difusión inicial, seguida de un mantenimiento y amplificación de los mensajes a través de los canales digitales.

¿A quién le hablamos?

- Jóvenes entre 12 y 35 años, usuarios habituales de auriculares y asistentes a eventos con altos niveles de ruido.
- Padres, educadores y profesionales de la salud que puedan amplificar el mensaje y fomentar hábitos saludables.

Desarrollo y ejecución del plan

Acciones

1. **Creación de "The Test List" en Spotify:**

- Desarrollo de una playlist innovadora en Spotify, editada en diferentes frecuencias (graves, medios, agudos). La playlist funciona como un "pre-testeo auditivo" lúdico y accesible. Funciona como una herramienta de concientización que, según los resultados percibidos por el usuario, sugiere la necesidad de un control profesional para el posible diagnóstico.

2. **Colaboración con Yami Safdie:**

- Alianza estratégica con una artista musical reconocida y con gran influencia en el público joven. Yami Safdie no solo participó en la difusión, sino que su imagen y credibilidad se asociaron directamente con la campaña, aumentando su alcance y autenticidad entre los jóvenes, reforzando el target.

3. **Amplificación en prensa**

- Difusión de la campaña a través de comunicados de prensa y gestión de entrevistas. Envío de un comunicado de prensa detallado a medios de comunicación, destacando la problemática, la solución de Omint y las voces de los expertos (Dr. Facundo Tornelli y Patricia Moreno). Esto buscó generar cobertura mediática en secciones de salud, tecnología, música y lifestyle.

- **KOLs:** Las citas del Dr. Facundo Tornelli (Médico del Grupo Omint) y Patricia Moreno (Jefa de Publicidad del Grupo Omint) fueron fundamentales para dar respaldo médico y estratégico a la campaña, explicando el propósito y la visión detrás de la iniciativa.

4. **Campaña en Redes Sociales:**

- Creación de contenido específico y atractivo para las plataformas digitales más utilizadas por los jóvenes. Publicaciones en redes sociales (Instagram, TikTok, etc.) utilizando formatos visuales y de video, con llamados a la acción para escuchar "The Test List". Uso de hashtags relevantes y posiblemente desafíos o filtros interactivos para aumentar la participación, generar conversación y viralidad.

5. **Banners Web:**

- Utilización de la propia infraestructura digital de Omint para amplificar el mensaje. Implementación de banners web en el sitio oficial de Grupo Omint, dirigiendo a los usuarios a la playlist de Spotify y proporcionando información adicional sobre salud auditiva.

Lo que hicimos para llegar
Pasos y procesos de gestión de campaña

1. **Investigación y diagnóstico**: análisis de datos sobre pérdida auditiva en jóvenes y hábitos de consumo de medios.
2. **Conceptualización de la campaña**: desarrollo de la idea de "The Test List" como una herramienta de concientización innovadora.
3. **Alianza estratégica**: contacto y acuerdo con Yami Safdie para su participación.
4. **Producción de contenido**: Creación de la playlist en Spotify con las frecuencias específicas. Diseño de materiales gráficos y audiovisuales para redes sociales y banners web.
5. **Desarrollo de mensajes clave**: Redacción de comunicados de prensa y textos para redes sociales, incluyendo las citas de los voceros.
6. **Lanzamiento y difusión**: Publicación de la playlist, envío de comunicados de prensa, lanzamiento de publicaciones en redes sociales y activación de banners web.

¿Qué logramos?

Resultados principales

+ de 2 Millones de visualizaciones en Youtube
+ de 4 Millones de visualizaciones en redes sociales
Se guardo en Spotify + de 1.500 veces
Obtuvimos en Spotify + de 35 mil reproducciones
+ de 1.500 likes en la playlist de Spotify

Menciones en prensa: 6

- **Concenso Salud -** Grupo Omint lanzó "The Test List" en Spotify para concientizar sobre la importancia de la salud auditiva en los jóvenes **–** Link **– Reach: 44.814**

- **Revista Seguros AAPAS -** Grupo Omint lanzó "The Test List" en Spotify para concientizar sobre la importancia de la salud auditiva en los jóvenes – Link **– Reach: 8.420**

- **Grupo Brasil -** Grupo Omint lanzó "The Test List" en Spotify para concientizar sobre la importancia de la salud auditiva en los jóvenes – Link **– Reach: 6.584**

- **Todo Riesgo - Salud auditiva en los jóvenes:** Grupo Omint lanzó The Test List en Spotify **–** Link **– Reach: 17.877**

- **Panorama Asegurador -** Omint lanzó un pre-testeo auditivo – Link **– Reach: 6.899**

- **Fonica News -** Grupo Omint lanzó "The Test List" en Spotify para concientizar sobre la importancia de la salud auditiva en los jóvenes – Link **– Reach: 20.613**

Acciones con influencers

Junto con Fede Bareiro y Pauli Echeverria realizamos contenido para Instagram y Tiktok, alcanzando un total de **65.114 impresiones.**