

Neurexan: Bringt das innere Gleichgewicht zurück

Gewinner GWA HealthCare Award 2011 in der Kategorie OTC

Das homöopathische Mittel Neurexan® schützt mit seiner beruhigenden und entspannenden Wirkung vor nervöser Unruhe und verbessert damit auch den Nachtschlaf. Bei Einführung der Marke wandte sich die Kommunikation zunächst an Allgemeinärzte, nachdem die Kosten für naturheilkundliche Hypnotika und Sedativa aber ab 2004 nicht mehr von den gesetzlichen Krankenkassen übernommen wurden, war eine Endverbraucherpositionierung erforderlich.



Die nötige Grundlage für die geplante Printkampagne lieferten Consumer Insights von K&A. Hierbei war es besonders wichtig, Kaufmotive und Bedürfnisse der (überwiegend weiblichen) Zielgruppe zu verstehen und zielgenau anzusprechen.



Mit dem Motiv und dem Claim ‚Bringt das innere Gleichgewicht zurück‘ ist es gelungen, konstante Marktzuwächse seit Kampagnenstart im September 2007 zu generieren. Die konsequente Ausrichtung der Markenführung an Bedürfnissen der Verbraucher hat den Erfolg möglich gemacht!



Eingesetzte Methoden:

K&A Psychodrama®, K&A GAP-Analyse, K&A eMOT®-Konzeptwirkungstest, K&A Packungstest