



Modrý koník: kde sa rodí dôvera v značky v oblasti zdravia

Rozhodovanie o zdraví nie je o reklame, ale o kombinácii odbornosti a reálnej skúsenosti – a práve v tomto priestore Modrý koník ovplyvňuje výber značky.

Ako ženy rozhodujú o zdraví svojej rodiny?

Zatiaľ čo prvé informácie ženy často získavajú z vyhľadávačov, finálne rozhodnutie je výrazne ovplyvnené kombináciou odborného odporúčania a skúseností iných žien.

Práve v tejto fáze vstupuje do rozhodovacieho procesu Modrý koník.

- Prvé informácie ohľadom zdravia hľadá 60% žien cez on-line vyhľadávanie (Google / AI), 31% kontaktuje odborníka
- 79 % žien najviac dôveruje odborníkovi, ale iba 0,4 % influencerom
- Skúsenosti iných žien sú druhým naj dôveryhodnejším zdrojom informácií (13 %)
- Pri rozhodovaní o kúpe konkrétneho produktu má hlavnú úlohu odporúčanie odborníka (58 %) nasledované reálnou skúsenosťou žien (55 %)
- 86 % žien si zdravotné informácie ďalej overuje
- 47 % žien zmenilo nákupné rozhodnutie na základe diskusie na Modrom koníku
- 72 % žien považuje moderáciu diskusií o zdraví za dôležitú

60 %

hľadá cez vyhľadávanie (Google/AI)

55 %

reálne skúsenosti žien ako hlavný faktor na kúpu

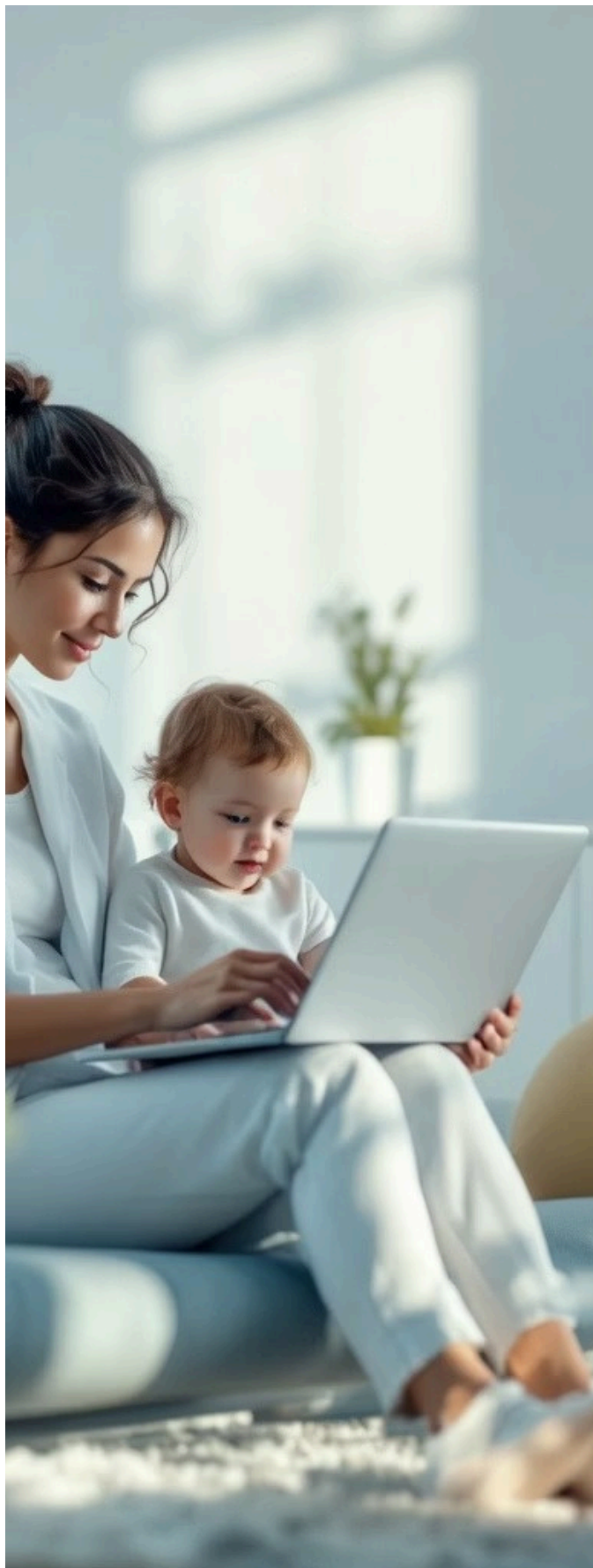
47 %

zmenilo rozhodnutie na základe MK

72 %

uprednostňuje moderáciu diskusií

Dáta z interného prieskumu



Prečo oslovovať ženy vo fáze materstva

Ženy vo fáze tehotenstva, dojčenia a starostlivosti o malé deti patria k **najaktívnejším spotrebiteľkám v oblasti zdravia a prevencie.**

Denne rieši nielen zdravie svojich detí, ale aj vlastnú fyzickú aj psychickú kondíciu.

Práve v tejto fáze vzniká **vysoký počet rozhodovacích momentov**, keď ženy aktívne vyhľadávajú informácie a sú otvorené novým značkám aj riešeniam.

Modrý koník je miestom, kde tieto situácie prirodzene vznikajú.

Najčastejšie ženy - matky riešia:

Účinnosť produktov

Primárne kritérium výberu

Zloženie a bezpečnosť produktov

Kľúčový faktor dôvery

Skúsenosti ostatných žien

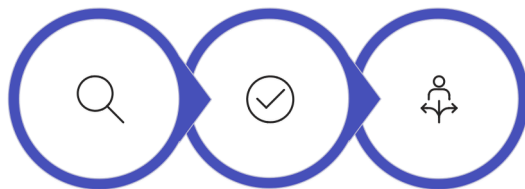
Reálna spätná väzba komunity

Odporúčanie odborníkov

Najvyššia miera dôveryhodnosti

Viacfázový rozhodovací proces

Vo fáze materstva ženy aktívne vyhľadávajú informácie a kombinujú viac zdrojov. To potvrdzuje, že rozhodovanie nie je impulzné, ale prebieha ako viacfázový proces, v ktorom hrá dôležitú úlohu aj zdieľaná skúsenosť komunity.

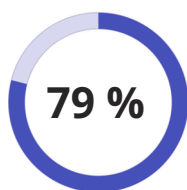


Prvé hľadanie Overenie Konečné rozhodnutie

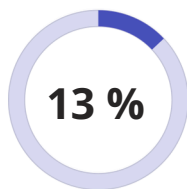
86 % žien si informácie o zdraví ďalej overuje – najčastejšie kombinujú odborné zdroje, online obsah a skúsenosti iných žien.

Dôvera v jednotlivé zdroje informácií

Pri rozhodovaní o zdraví zohrávajú kľúčovú úlohu dôveryhodné zdroje. To ukazuje, že v oblasti zdravia má influencer marketing veľmi obmedzený vplyv, zatiaľ čo **kombinácia odbornosti a reálnej skúsenosti je kľúčová.**



Lekári a odborníci
Najvyššia miera dôvery



Iné ženy
Reálna skúsenosť komunity

Modrý koník kombinuje oba zásadné faktory dôvery: prítomnosť odborníkov aj priestor na zdieľanie reálnych skúseností žien.

Modrý koník tak nie je iba zdrojom informácií, ale aktívne vstupuje do rozhodovacieho procesu.

47 % žien uviedlo, že na základe diskusie na Modrom koníku zmenilo svoje nákupné rozhodnutie:

- Výber inej značky (31 %)
- Odmietnutie produktu (13 %)
- Dlhodobé používanie novej značky (3 %)

Modrý koník ako komunita, nie len médium

Platforma pre ženy vo veku 20 – 49 rokov

Modrý koník nie je iba obsahový web. Je to dlhodobo budovaná komunita žien, ktoré sa tu stretávajú, zdieľajú skúsenosti a navzájom si radia.

Užívateľky nie sú pasívnymi príjemkyňami reklamy – aktívne sa pýtajú, zodpovedajú a odporúčajú.

Značky sa tak nestávajú iba inzerentmi, ale prirodzenou súčasťou konverzácie.



Redakčný obsah

Odborne pripravené články



Diskusné fóra

Aktívna komunita žien



Užívateľské recenzie

Autentická spätná väzba



Video obsah na mieru

Predstavenie produktov a rozhovory s odborníkmi



Sociálne siete

Facebook, Instagram, TikTok

Prečo je Modrý koník relevantný pre komunikáciu pharma segmentu?

Témy, ktoré ženy na Modrom koníku dlhodobo riešia, priamo zodpovedajú kategóriám OTC, dermatokozmetiky a doplnkov stravy:

Imunita

Trávenie

Intímne zdravie

Kožné problémy

Vitamíny a minerály

Citlivá pleť, ekzémy, akné

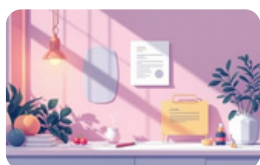
Produkty z týchto kategórií nie sú vnímané ako impulzný nákup, ale ako riešenie konkrétnej potreby.

Modrý koník umožňuje značkám vstúpiť do tejto fázy rozhodovania citlivo, edukatívne a dôveryhodne.

Formáty, ktoré fungujú (prirodzene a dôveryhodne)

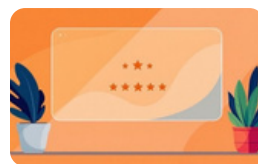
Na Modrom koníku ponúkame kombináciu reklamných formátov, ktoré umožňujú značkám prirodzené zapojenie do konverzácie. Tieto formáty fungujú lepšie ako tradičná bannerová komunikácia, pretože umožňujú obsahovú interakciu a zdieľanie skúseností medzi užívateľkami.

Navyše sú trvalo dohľadateľné, a tým podporujú SEO a vyhľadateľnosť v AI (GEO).



Natívne články

Obsah písaný redakciou aj s podporou na SOME



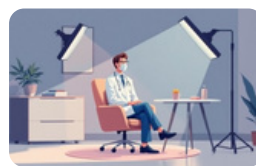
Centrum recenzií

Produktové stránky s redakčným/ používateľským hodnotením



Produktové testovanie

Zapojenie reálnych užívateľiek do testovania produktov



Video formáty

Videopredstavenie produktov, rozhovory s odborníkmi



Poradne odborníkov:

71 % žien vníma odborné poradne ako užitočnú pomoc alebo faktor zvyšujúci dôveru, iba 17 % ich vníma ako reklamu.



AI a vyhľadávanie:

60% žien uvádza vyhľadávanie cez google a AI nástroje ako prvý zdroj informácií o zdraví – **klúčová je tak prítomnosť v kvalitnom, štruktúrovanom a dôveryhodnom obsahu.**

Compliance a regulácia: bezpečné prostredie pre pharma značky

Máme dlhoročné skúsenosti s prácou v regulovanom pharma prostredí – teda s OTC, doplnkami stravy a podobnými kategóriami, kde je potrebné rešpektovať platné nariadenia.

Moderované prostredie je pre používateľky navyše kľúčové – 72 % žien považuje moderáciu zdravotných diskusií za dôležitú. To výrazne odlišuje Modrý koník od nemoderovaných platforiem typu Facebook alebo YouTube.

Komunikácia je tak nielen efektívna, ale aj plne schváliteľná compliance oddeleniami.

Povinné vety

Na všetkých landing pages v súlade s reguláciami

Vypnutie komentárov

Možnosť deaktivovať pri citlivom obsahu

Kontrola recenzií

Schválenie obsahu pred publikáciou redakcií

Moderácia diskusií

Obsah zodpovedá reguláciám aj tónu značky

Prečo Modrý koník

Modrý koník je prostredie, kde sa stretáva odborné odporúčanie s reálnou skúsenosťou – a kde dochádza k finálnemu rozhodnutiu o značke.



Aktívne rozhodovateľky

Zásah žien, ktoré aktívne rozhodujú o zdraví svojej rodiny



Silná komunita

Zdieľané skúsenosti ovplyvňujú nákupné správanie — 47 % zmena rozhodnutia



Budovanie dôvery

Obsahové formáty, ktoré budujú dôveru, nielen povedomie



Zapojenie odborníkov

Zvyšujú dôveryhodnosť značky v komunite



Bezpečné prostredie

Moderované, vhodné pre regulovaný pharma segment



Maximálny zásah

Prepojenie webu a sociálnych sietí pre dlhodobý efekt