



Modrý koník: kde se rodí důvěra ve značky v oblasti zdraví

Rozhodování o zdraví není o reklamě, ale o kombinaci odbornosti a reálné zkušenosti – a právě v tomto prostoru Modrý koník ovlivňuje výběr značky.

Jak ženy rozhodují o zdraví své rodiny?

Zatímco první informace ženy často získávají z vyhledávačů, finální rozhodnutí je výrazně ovlivněno kombinací odborného doporučení a zkušeností jiných žen.

Právě v této fázi vstupuje do rozhodovacího procesu Modrý koník.

- **První informace ohledně zdraví hledá 60 % žen přes on-line vyhledávání** (Google / AI), 31 % kontaktuje odborníka
- 79 % žen nejvíce důvěřuje odborníkům, ale pouze 0,4 % influencerům
- **Zkušenosti jiných žen jsou druhým nejdůvěryhodnějším zdrojem** informací (13 %)
- Při rozhodování o koupi konkrétního produktu má **hlavní roli doporučení odborníka** (58 %) **následované reálnou zkušeností žen** (55 %)
- 86 % žen si zdravotní informace dále ověřuje
- **47 % žen změnilo nákupní rozhodnutí** na základě diskuze na Modrém koníku
- **72 % žen považuje moderaci diskuzí o zdraví za důležitou**

60 %

hledá přes vyhledávání
(Google/ AI)

55 %

reálné zkušenosti žen
jako hlavní faktor ke koupi

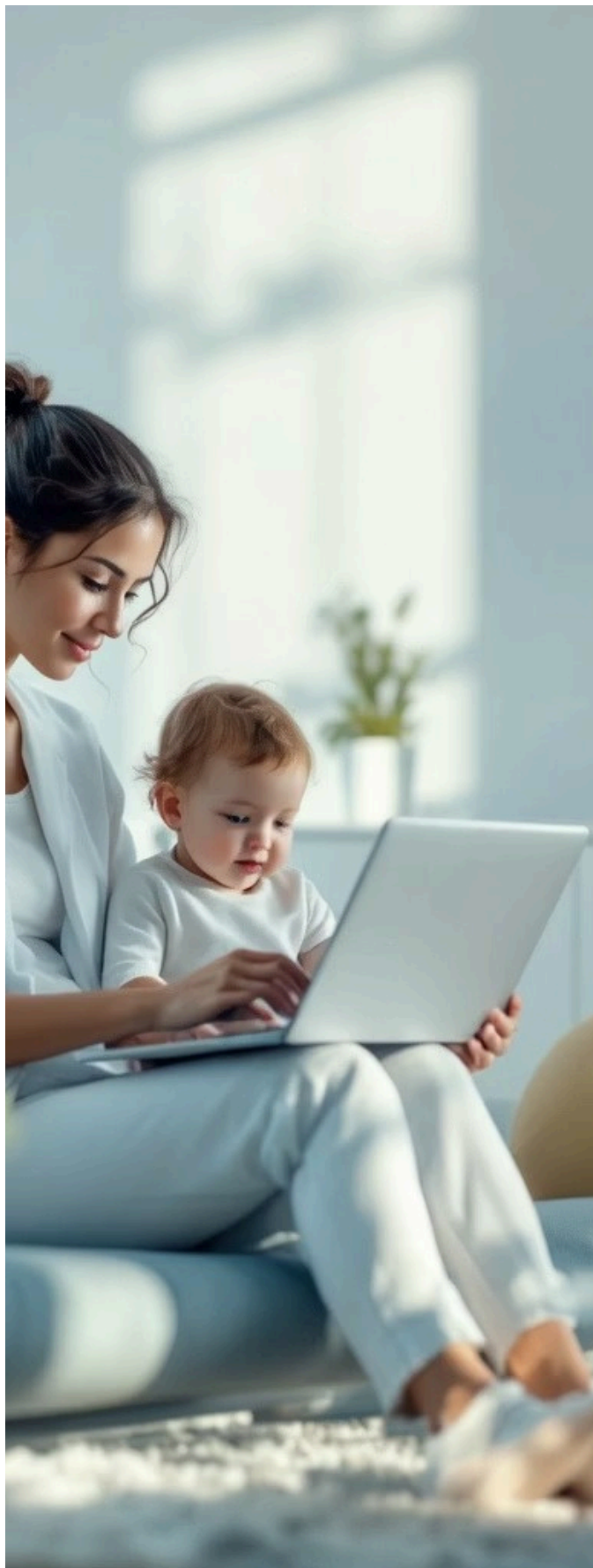
47 %

změnilo rozhodnutí
na základě MK

72 %

upřednostňuje moderaci
diskuzí

Data z interního průzkumu



Proč oslovovat ženy ve fázi mateřství

Ženy ve fázi těhotenství, kojení a péče o malé děti patří k **nejaktivnějším spotřebitelkám v oblasti zdraví a prevence.**

Denně řeší nejen zdraví svých dětí, ale i vlastní fyzickou i psychickou kondici.

Právě v této fázi **vzniká vysoký počet rozhodovacích momentů**, kdy ženy aktivně vyhledávají informace a jsou otevřené novým značkám i řešením.

Modrý koník je místem, kde tyto situace přirozeně vznikají.

Nejčastěji ženy - matky řeší:

Účinnost produktů

Primární kritérium výběru

Složení a bezpečnost produktů

Klíčový faktor důvěry

Zkušenosti ostatních žen

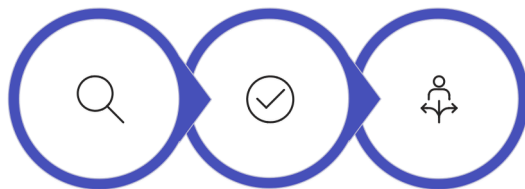
Reálná zpětná vazba komunity

Doporučení odborníků

Nejvyšší míra důvěryhodnosti

Vícefázový rozhodovací proces

Ve fázi mateřství ženy aktivně vyhledávají informace a kombinují více zdrojů. To potvrzuje, že rozhodování není impulzní, ale probíhá jako vícefázový proces, ve kterém hraje důležitou roli i sdílená zkušenost komunity.

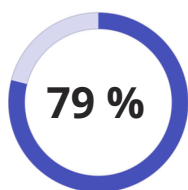


První hledání Ověření Konečné rozhodnutí

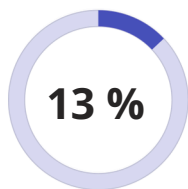
86 % žen si informace o zdraví dále ověřuje – nejčastěji kombinují odborné zdroje, online obsah a zkušenosti jiných žen.

Důvěra v jednotlivé zdroje informací

Při rozhodování o zdraví hrají klíčovou roli důvěryhodné zdroje. To ukazuje, že v oblasti zdraví má **influencer marketing velmi omezený vliv**, zatímco **kombinace odbornosti a reálné zkušenosti je klíčová**.



Lékaři a odborníci
Nejvyšší míra důvěry



Jiné ženy
Reálná zkušenost komunity

Modrý koník kombinuje oba zásadní faktory důvěry: přítomnost odborníků i prostor pro sdílení reálných zkušeností žen.

Modrý koník tak není pouze zdrojem informací, ale aktivně vstupuje do rozhodovacího procesu.

47 % žen uvedlo, že na základě diskuze na Modrém koníku změnilo své nákupní rozhodnutí:

- Výběr jiné značky (31 %)
- Odmítnutí produktu (13 %)
- Dlouhodobé užívání nové značky (3 %)

Modrý koník jako komunita, ne jen médium

Platforma pro ženy ve věku 20–49 let

Modrý koník není pouze obsahový web. Je to **dlouhodobě budovaná komunita žen**, které se zde setkávají, sdílí zkušenosti a navzájem si radí.

Uživatelky nejsou pasivními příjemkyněmi reklamy – aktivně se ptají, odpovídají a doporučují.

Značky se tak nestávají pouze inzery, ale **přirozenou součástí konverzace**.



Redakční obsah

Odborně připravené články



Diskuzní fóra

Aktivní komunita žen



Uživatelské recenze

Autentická zpětná vazba



Video obsah na míru

Představení produktů a rozhovory s odborníky



Sociální sítě

Facebook, Instagram, TikTok

Proč je Modrý koník relevantní pro komunikaci pharma segmentu?

Témata, která ženy na Modrém koníku dlouhodobě řeší, přímo odpovídají kategoriím OTC, dermatokosmetiky a doplňků stravy:

Imunita

Trávení

Intimní zdraví

Kožní problémy

Vitaminy a
minerály

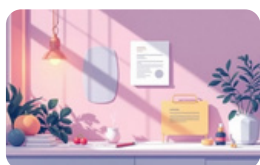
Citlivá pleť,
ekzémy, akné

Produkty z těchto kategorií nejsou vnímány jako impulzní nákup, ale jako řešení konkrétní potřeby.

Modrý koník umožňuje značkám vstoupit do této fáze rozhodování **citlivě, edukativně a důvěryhodně**.

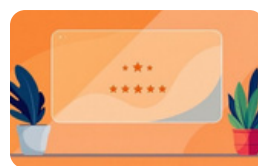
Formáty, které fungují (přirozeně a důvěryhodně)

Na Modrém koníku nabízíme kombinaci reklamních formátů, které **umožňují značkám přirozené zapojení do konverzace**. Tyto formáty fungují lépe než tradiční bannerová komunikace, protože umožňují obsahovou interakci a sdílení zkušeností mezi uživatelkami. Navíc jsou **trvale dohledatelné**, a tím podporují SEO a vyhledatelnost v AI (GEO).



Nativní články

Obsah psaný redakcí
i s podporou na SOME



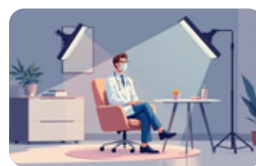
Centrum recenzí

Produktové stránky s redakčním/
uživatelským hodnocením



Produktová testování

Zapojení reálných uživatelek do
testování produktů



Video formáty

Videopředstavení produktů,
rozhovory s odborníky



Poradny odborníků:

71 % žen vnímá odborné poradny jako užitečnou pomoc nebo faktor zvyšující důvěru, pouze 17 % je vnímá jako reklamu.



AI a vyhledávání:

60 % žen uvádí vyhledávání skrz google a AI nástroje jako první zdroj informací o zdraví – klíčová je tak přítomnost v kvalitním, strukturovaném a důvěryhodném obsahu.

Compliance a regulace: bezpečné prostředí pro pharma značky

Máme **dlouholeté zkušenosti s prací v regulovaném pharma prostředí** — tedy s OTC, doplňky stravy a podobnými kategoriemi, kde je třeba respektovat platná nařízení.

Moderované prostředí je pro uživatelky navíc klíčové — 72 % žen považuje moderaci zdravotních diskuzí za důležitou. To výrazně odlišuje Modrý koník od nemoderovaných platform typu Facebook nebo YouTube.

Komunikace je tak nejen efektivní, ale i **plně schvalitelná compliance odděleními**.

Povinné věty

Na všech landing pages v souladu s regulacemi

Vypnutí komentářů

Možnost deaktivovat u citlivého obsahu

Kontrola recenzí

Schválení obsahu před publikací redakcí

Moderace diskuzí

Obsah odpovídá regulacím i tónu značky

Proč Modrý koník

Modrýkoník je prostředí, kde se setkává odborné doporučení s reálnou zkušeností – a kde dochází k finálnímu rozhodnutí o značce.



Aktivní rozhodvatelky

Zásah žen, které aktivně rozhodují o zdraví své rodiny



Silná komunita

Sdílené zkušenosti ovlivňují nákupní chování — 47 % změna rozhodnutí



Budování důvěry

Obsahové formáty, které budují důvěru, nikoli jen povědomí



Zapojení odborníků

Zvyšují důvěryhodnost značky v komunitě



Bezpečné prostředí

Moderované, vhodné pro regulovaný pharma segment



Maximální zásah

Propojení webu a sociálních sítí pro dlouhodobý efekt