

Daardoor was er tot dusverre totaal geen merkbewustzijn bij de gemiddelde Nederlander over farma. Niemand die wist van welk bedrijf de grieprik afkomstig was. Corona is ook in dit opzicht een *gamechanger*. Nu weet het grote publiek ineens heel veel over vaccins. Er is merkvoorkeur ontstaan: mensen vragen nu specifiek om Janssen of Pfizer. Een mooi voorbeeld is een vaccinatieoproep voor ongedocumenteerden in Amsterdam. Met een paar simpele animaties werd uitgelegd hoe het werkt. De logo's van Janssen en Pfizer waren daarbij prominent in beeld. Blijkbaar vertellen die logo's inmiddels al een heel verhaal. Een ongekennde situatie voor farmabedrijven, die nieuwe mogelijkheden voor hen opent.

Als de farmaceutische wereld iets kan leren van de pandemie, dan is het uit de comfortzone stappen en persoonlijk de publiciteit zoeken. De samenleving is er klaar voor, durven farmabedrijven het ook?

Daniëlle Friskes, Director Healthcare & Biotech, en Marjolein Rigter, Director Reputation Management, zijn beiden werkzaam bij communicatieadviesbureau Omnicom PR Group.

Noot voor de redactie

Daniëlle Friskes, Director Healthcare & Biotech en Marjolein Rigter, Director Reputation Management, zijn beiden werkzaam bij communicatieadviesbureau Omnicom PR Group. Experts via Logeion, de Nederlandse beroepsorganisatie voor communicatieprofessionals.

Van: OmnicomPRGroup, <https://www.omnicomprgroup.nl/>

Contactpersoon: 5.1.2e
5.1.2e omnicomprgroup.com

Dit is een expertquote van een deelnemer van de dienst ANP Expert Support. De ANP-redactie is niet verantwoordelijk voor deze quote. Zie anp.nl/experts