

Case Study

3M

3M Science.
Applied to Life.™



Beslissers bereiken in de zorg

3M wilde met een internationale displaycampagne de bekendheid van haar wondtherapie en medische producten vergroten. De focus lag op professionals die direct betrokken zijn bij beslissingen binnen ziekenhuizen en de thuiszorg.

Omdat deze doelgroep zeer gespecialiseerd is, stond relevantie centraal: de juiste boodschap, bij de juiste mensen, in de juiste context.





Zorgprofessionals zijn lastig bereikbaar

Ziekenhuizen en thuiszorgorganisaties kennen complexe besluitvormingsprocessen met meerdere betrokken functies. Generieke campagnes missen hier hun doel, omdat ze onvoldoende aansluiten bij de dagelijkse praktijk en informatiebehoefte van zorgprofessionals.

De uitdaging was om uitsluitend de relevante beslissers te bereiken en de boodschap zichtbaar te maken op momenten en plekken die hun professionele context versterken.

Van banner naar **conversie**, precies op het juiste moment.

3M Kies voor Prevena: dé beste bescherming voor uw Incisie. [Neem nu contact op.](#)



Efficiënte behandeling van gesloten incisies – kies Prevena.

[Neem nu contact op.](#)



Bescherm gesloten incisies – minder ligdagen, meer resultaat.



[Neem nu contact op.](#)



Voorkom postoperatieve complicaties, bespaar op kosten — kies Prevena.



[Neem nu contact op.](#)



Kies voor Prevena: dé beste bescherming voor uw incisie.

[Neem nu contact op.](#)



Efficiënte behandeling van gesloten incisies

kies Prevena.

[Neem nu contact op.](#)



Gerichte targeting met inhoudelijke context

Techads zette een combinatie in van geografische targeting, LinkedIn-targeting, conceptuele targeting en retargeting. Met geografische targeting werden ziekenhuizen in de Verenigde Staten, Canada, West-Europa en Scandinavië tot op vierkante meter nauwkeurig bereikt.

Via LinkedIn werden specifieke functietitels geselecteerd, zoals vaatchirurgen, wondzorgspecialisten, wondverpleegkundigen en wijkverpleegkundigen. Conceptuele targeting zorgde ervoor dat advertenties verschenen naast relevante artikelen over zorg, medische innovatie en wondtherapie op internationaal erkende platforms. Retargeting hield de boodschap top-of-mind bij bezoekers van de 3M-website en stimuleerde herhaalde interactie en conversie.



Resultaten

8.731.017

Impressies

2.611

nieuwe leads

974

geconverteerde leads

Kickstart jouw campagne.

Contact.



info@techads.nl



+31 (0)79-2033 074



Heerbaan 14, 4817 NL Breda



**“Investeer in technologie,
voor je concurrent dat doet.”**

Eduard Nandelall
CEO