



ASPID

Título: Boston Research 360° Experience in Oncohematology

Target: Oncohematologos

Necesidad a la que responde:

Fortalecer y potenciar la imagen de Takeda en el campo de la tecnología, del rigor científico, de los últimos avances y la investigación más puntera en el campo de la onco hematología.

Posicionar a Takeda como una compañía comprometida con los profesionales médicos, con los pacientes y con la tecnología más avanzada.

Resaltar la prioridad que los pacientes suponen para Takeda, con el fin de poder mejorar su calidad de vida, y poderles facilitar una mejor conveniencia de los tratamientos, en su día a día.

Remarcar la larga tradición de Takeda en investigación farmacéutica que ha permitido que durante muchos años, mediante importantes colaboraciones con destacadas empresas se hayan alcanzado grandes logros.

Objetivos del proyecto:

Realizar una reunión de alto impacto científico en la comunidad médica, a modo de transmitir el fuerte compromiso de Takeda por la innovación en el campo de la oncohematología.



Compartir con nuestros invitados, ese gran viaje a la innovación pasa por una experiencia de cambio de visión constante.

Estrategia:

Destacar de forma contundente la conexión de la compañía con los mejores hospitales y centros de investigación líderes a nivel mundial, relacionándola con Boston, considerada una ciudad líder mundial en innovación y emprendimiento.

Boston como ciudad innovadora, donde se encuentran algunas de las más prestigiosas universidades, los centros de investigación más importantes del mundo y un importante hub en medicina con más de 30 centros médicos de renombre mundial.

Planteamos el proyecto como: “acercar la realidad de Boston, a través de las nuevas tecnologías e innovación, a los participantes asistentes al evento que tendría lugar en **Madrid**”.

Se desarrolló una opción multidisciplinar basada en las nuevas tecnologías de visualización de contenidos, a través de las GAFAS DE REALIDAD VIRTUAL, se crearon escenarios sintéticos y se recrearon videos en formato 360°, que nos sirvieron para dar apoyo al objetivo: Takeda y su apuesta por la innovación.

Para el pre-evento se diseñó una invitación recreando una arquitectura abstracta en 3D que permitía al receptor navegar en una visión 360°, desde donde tenían acceso al



programa científico, a la web de Takeda y la sede del evento.

Visualizar en:

[http://omniprex.com/boston360/.](http://omniprex.com/boston360/)

- Una vez dentro, indiquen: Audio On (revisen que los altavoces del ordenador están conectados) y hagan click en los enlaces para acceder a: Web Takeda / localización sede del evento / descarga de programa científico.

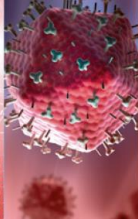
La brochure virtual, nos sirvió para empezar a potenciar el cambio de vista del espectador y crear expectativa.

Se viajó a Boston donde se grabaron videos inmersivos 360° (dado el presupuesto ajustado del que se disponía para esta grabación, se realizó una grabación NO profesional) tanto de la ciudad, como del MIT y de los centros médicos de referencia (los vídeos son de corta duración para evitar mareos en los participantes). Con la intención llevar al participante, en un viaje virtual, a Boston y acercarles a los espacios de trabajo de los expertos invitados al curso, visitando sus instalaciones de trabajo:



Visionar con gafas (se han enviado para que las puedan utilizar): **TAKEDA_360°_PRIMERO:**

Recreación 3D “viaje por el espacio” hasta Boston y visita 360° a la Tufts Medical Center, centro que traduce la investigación en impacto para la mejora de la salud mediante la creación de un entorno de investigación colaborativo e innovador, de la mano del ponente invitado:



BOSTON RESEARCH 360° EXPERIENCE in ONCOHEMATOLOGY

- Prof. Andreas K. Klein. Director of Hematologic Malignancies Program at Tufts Medical Center; Associate Professor, Tufts University School of Medicine. Boston



Visionar con gafas: **TAKEDA_360°_SEGUNDO:**

Harvard University y visita a Dana Farber Cancer Center (una de las principales filiales de enseñanza de la escuela de medicina de Harvard) de la mano del ponente invitado:

- o Dr. Richardson. Clinical Program Leader and Director of Clinical Research, Dana-Farber's Center. Professor of Medicine, Harvard Medical School. Boston



Visionar con gafas: **TAKEDA_360°_TERCERO:**

Recorrido 360° por las instalaciones del MIT: Massachusetts Institute of Technology. Como centro de innovación educativa, que ha impulsado todo tipo de avances científicos y tecnológicos.

- o Dra. Mercedes Balcells. MIT Principal Research Scientist.
- o Dr. Pérez-Breva. MIT Innovation Team Director. Boston

Tanto los escenarios 3D como las grabaciones 360° se plantearon como parte de una experiencia global y se apoyaron con proyecciones en pantalla de gran formato:



Video inicio (para situar al participante una vez en sala):

http://omniprex.com/video_takeda_inicio/

Video final (para remarcar el mensaje en la audiencia):

http://omniprex.com/video_takeda_final/

Como sede del evento se escogió un espacio innovador ubicado en Madrid, el **Auditorio de la Casa del Lector** (dentro del recinto Matadero Madrid). Y se realizó un diseño de señalética, decoración e iluminación acorde con la imagen a transmitir:

Panel bienvenida, zona coffee break:





Decoración pasillo, zona coffee break:



Decoración zona coffee break





Auditorio, Casa del Lector:



Escenario del auditorio. Para la pantalla se recreó la imagen de la brochure virtual.





Sala El Puente, espacio para el cóctel





Photocall sala rueda de prensa:



Ejemplo de foto publicada en prensa:

