

vähemalt

20 sekundit

paloots / käsk / alp / sein

probleem

Kuidas igas vanuses eestlastele meelde tuletada käte pesemise põhitõdesid? Vähene huvi ja teadmatus faktist, et korralik kätepesu oma lihtsuses on esimene samm ennetamaks nakatumist viirustesse. Olgugi, et tegevus, mis on nii argine, ei adu paljud meist korraliku kätepesu olulisust ning ei pööra sellele piisavalt tähelepanu.

lahendus

Muudame igava teema seksikaks. Tõmbame tähelepanu ebatraditsiooniliste ja köitvate sõnumitega. Näitame kätepesemise tehnikaid läbi kõneisikute humoorikate ja kaasavate videote.

Pöörame probleemile ja lahendusele tähelepanu seal, kus on see kõige aktuaalsem ning lihtsam järgida.

keyvisual

mina olen
20 sekundi
mees



Pese käsi sooja vee ja
seebiga vähemalt
20 sekundit

vaata, kuidas mina seda teen!
www.pesekasi.ee

6x päevas
on miinimum



Pese käsi sooja vee ja
seebiga vähemalt
20 sekundit

vaata, kuidas mina seda teen!
www.pesekasi.ee

välimeedia



trükimeedia

Kampaania oluline osa on trükimeedia kasutamine. Kuna temaatika on väga oluline kõigile Eesti kodanikele, siis kasutame ära eri tüüpi ajalehtede esikaaned ning reklaampinnad.



telereklaam

Klipid kestavad 20 sekundit – täpselt nii kaua, kui on miinimumaeg kätepesemiseks. Igas klipis näeme, kuidas konkreetne kõneisik omanäoliselt ja humoorikalt, ent korrektset käsi peseb ning tegevust kirjeldab. Taustamuusika: Tommy Cash - Surf

Kaadris sensuaalne Anu Saagim: juuksed sasetud, punane huulepulk, valge hommikumantel.

Kaadrist väljas liigutab ta oma käsi, kuid ei ole päris täpselt aru saada, mida ta nendega teeb. Tal on terve aeg silmside kaameraga. Tekib tunne nagu Anu tegeleb millegi sündsusetuga. Muie kaamerasse ainult kinnistab seda mõtet. Kaamera zoomib välja ja on näha, kuidas Anu hoolikalt oma käsi peseb.

Anu alustab tegevuse kirjeldusega: “Mulle meeldib enda käsi pesta vähemalt 20 sekundit sooja vee ja seebiga. Lihtsalt selleks, et mitte haigeks jääda. Või mida sina arvasid, et millega ma siin tegelen?”

Lõpukaader ning meeshääl: “Millal sina viimati käsi pesid? Mine vaata, millega Anu sõbrad sind üllatada võivad. Külasta meie kampaanialehte www.pesekasi.ee”



raadioreklaam

Kasutame raadioreklaamis kõneisikut, kes tänu oma tuntusele kõlab inimestele tuttavana. Ühtlasi tõmbame tähelepanu läbi kahemõttelise ülesehituse, mis lõpeb konkreetse soovitusega pesta käsi õigesti.

Reklaami pikkus 20 sekundit.

Vee solin / 4 sekundit.

Jan Uuspõld / 8 sek: Paku mitu korda mina seda päevas teen?
VÄ-HE-MALT 6 korda. Päris eeskujulik, või mis?

Teine meeshääl / 8 sek: Pese käsi vähemalt kuus korda päevas
20 sekundit sooja vee ja seebiga. See on esimene samm
vältimaks nakatumist viirushaigustesse.



sotsiaalmeeedia

Sõnumi efektiivseks levitamiseks sotsiaalmeeedias kasutame kolme kanalit: Facebook, Instagram ja Tinder.

Arvestades esimese kahe kanali laia levikut ning olulisust ühiskonnas, leidsime, et Facebookis ning Instagramis visuaalide ja õpivideote levitamine on mõistlik viis jõuda kiirelt väga laia sihtgrupini. Võttes arvesse tähelepanu saamiseks kasutatavaid ebatraditsioonilisi ja köitvaid sõnumeid, leidsime, et ka Tinderis saavutame soovitud efekti ning kogemus on kasutajale pigem meeldejääv.



erilahendus

Et kätepesu kehtaks piisavalt kaua, paigaldame nii populaarsetesse avalikesse tualettidesse kui ka ettevõtetesse kraanikausi juurde bränditud **20 sekundi liivakellad**.



kuidas

sulle

meeldib

käsi pesta?