

VERI GOOD KAMPAANIA

Verekeskus / Tallinna Regionaalhaigla doonorkampaania

Tallinna Regionaalhaigla doonorkampaania eesmärk oli populiseerida doonorlust ja kommunikeerida headust ning heategevust just nooremale generatsioonile. Headust, mis inimestes endis olemas on ning headust, mida nad saavad doonorina teistele edasi anda.

Selleks, et noori kõnetada, rääkisime noorte keeles ehk sotsiaalmeedia keeles. Visuaalis kasutasime igale inimesele äratuntavat ja ikoonilist sümbolit luues otsese seose doonorlusega. Kampaania oli nähtav välimeedias ning eriti hästi toimiv digimeedias.

Pikaajalise kampaaniaaaga paralleelselt oli käimas mänguline ja laialt kasutatav tugitegevus. Kommunikeerisime doonorlusega seotud tegevusi ja vajadusi kalambuuriga, mis oli seotud kampaania põhisõnumiga "VERI GOOD".

Kasutasime sõnumipõhist kommunikatsiooni kõikjal. Verekeskuse doonorkingitustel; kottidel, šokolaadidel, tassidel, autodel, särkidel ja pusadel ning loomulikult Verekeskuse sotsiaalmeedias. Kui A+ veregrupi verd nappis, siis postituse sõnum kampaania nimega ka haakus

Kampaania raames kasutasime ka sõnumipõhist Google otsingureklaami. Otsingusõnad valisime doonorluse metafooridest. Otsides kingitust või kindlustust jõudis inimene hoopis Verekeskuse otsingureklaamini, mille eesmärgiks ei olnud liiklus kodulehel, vaid tähelepanu juhtimine doonorluse olulisusele igapäeva kontekstis. Otsingureklaami sidumiseks Verekeskuse kodulehega lõime artiklid spetsiaalse SEO ülesehitusega.

Kampaania jõudis väga hästi noorteni ja loomulikult ka vanemateni. Heal meelel jagasid kampaania infot ka tuntud inimesed, kes doonoriks käisid või Verekeskuse pusa uhkusega kandsid Kampaania võeti hästi vastu ning tagasiside Verekeskuselt oli samuti VERI GOOD!



ELU EI SAA PAUSILE PANNA. TULE DOONORIKS!

