

# ÜLLATAV TEADUS

Sisseastumiskampaania viktoriin Instagramis

## VIKTORIINI ÜLESANNE:

olla interaktiivne ja kaasahaarav osa suuremast kampaaniast.  
Filtreerida välja need kõige kuldsema peaga noored, kes teaduse vastu tõelist huvi tunnevad. Näidata, et võimalikke uurimissuundi on igale maitsele ja et teaduse nõ “kõrvalsaadustena” on leitud kinnitust ka kummalistele-lõbusatele faktidele.



## KUIDAS?

Eesti innovatiivseimale ülikoolile kohaselt! Astusime akadeemilisuse pühalt pjedestaalilt alla, et tulla sinna, kus tänased noored päriselt on. INSTAGRAMIS!

**3 nädalat järjest**  
**1 küsimus** iga päev

Passiivse reklaami asemel aktiivne kaasamine. Aga et see leviks TalTechi enda Instagrami kontolt väljaspoole, oli vaja väikest hookuspookust. Nimelt, Instagrami sisseehitatud quiz ei ole reklaamina levitatav. Meie isetehtud viktoriin, mis kasutas nutikalt ära Instagrami teisi võimalusi, toimis aga täiuslikult – põikas piirangutest mööda ja oli vabalt reklaamina levitatav.





## TULEMUSED

Pollid olid väga populaarsed, igale “Päeva küsimusele” leidis tuhandeid vastajaid. Sisseastumiskampaania tervikuna tõi samuti suurepäraseid tulemusi.

Mullusega võrreldes peaaegu **poole väiksema** eelarve juures

**37% enam** külastusi veebilehtedele

**50% rohkem** avaldusi bakalaureuseõppesse

Kampaania järeluurimistõdes, et lahendusi peeti selgeks, veenvaks, meeldejäävaks ja eristuvaks võrreldes ükskõik millise teise ülikooliga Eestis.