

**Helkurikampania rakendus**  
**Kampania aeg: oktoober 2010**  
**Klient: Maanteeamet**  
**Agentuur: Age McCann**

Helkuri teema päevakorda tõstmiseks loodud lahendus, mis kutsus helkurit mitteomavate inimeste sõpru teda helkur.ee kaudu aitama.

**Situatsioon**

Enamik inimesi on veendunud helkuri kandmise vajalikkuses ja vajavad pimedaja saabudes vaid meeldetuletust. Traditsiooniliselt on helkuri teavituskampania alanud koos kella keeramisega. Selle tõttu on paljudele inimestele tulnud pime aeg "üllatusena".

**Eesmärk**

2010 aastal soovisime situatsiooni muuta ja helkuri teema nädal enne kella keeramist päevakorda tõsta.

**Tulemused**

Kokku vastas küsimustele üle 5000 Facebook'i kasutaja. Sõnum jõudis ka nende sõpradeni. Põhjustades diskussioone ja tõstes helkuri teema taas päevakorda. Kui oletada, et keskmisel kasutajal on umbes sada sõpra, siis nägi keskmine kasutaja oma sõprade postitatud helkur.ee sõnumit korduvalt.

