



KULDMUNA 2013 VÕISTLUSTÖÖ
KATEGOORIA: KAMPAANIA
VALDKOND: haridus

ESITAJA: ULRIKA HURT,
TTÜ logistikainstituut, ulrika.hurt@ttu.ee, 52 14 251

TAUST: INSTITUUDIST:

2012.aasta veebruaris asutati Tallinna Tehnikaülikoolis LOGISTIKAINSTITUUT. Instituudis õpetatakse logistika, transpordiplaneerimise ja tarneahela juhtimise valdkondi. Instituudis on bakalaureuse-, magistri- ja doktoriõpe, tehakse täienduskoolitusi. Logistikainstituut teeb teadusuuringuid ja rakendusuuringuid, ettevõtete konsultatsioone logistika valdkonnas.

KAMPAANIA:

Kevad 2012 pidi kaasa tooma instituudi ja sealsete õppekavade tugeva promo – seda nii sisseastujate saamiseks bakalaureuse- ja magistriõppesse kui ka ettevõtete kaasamiseks instituudi koostööprojektidesse..

Kampaania sisuks oli 2012 aasta veebruaris avatud TTÜ Logistikainstituudi õppekavade ning teenuste turundus. Kampaania sisuks logistika, transpordiplaneerimise ja tarneahela juhtimise valdkonna õppimis- ja uurimisprojektide võimalustest informeerimine.

Haridusturunduses ebatavaline kampaania osutus edukaks!

INGL K:

The campaign was to promote the study and research opportunities at the newly opened Department of Logistics and Transport at Tallinn University of Technology. The aim was to inform the target groups about the study and research opportunities at the department related to logistics, transport planning and supply chain management. The promotion aimed at raising the number of applicants to the bachelors, masters and doctorate curricula as well as involving enterprises to the research and consulting projects. The campaign so rarely seen in marketing of a higher education product was successful!

PERIOOD: Kampaania algas veebruaris 2013 ning selle peamised sõnumid ning tegevused toimusid perioodil veebruar-august 2013.

ÜLESANNE A: Esitada kampaania ülesande püstitus, turundusega seotud eesmärgid, kommunikatsiooni eesmärgid. Maks. 150 sõna.

KAMPAANIA ÜLESANDE PÜSTITUS:

Kampaania eesmärgiks oli välja töötada turundusstrateegia ning selle toel tutvustada instituudi olemasolu võtmesihtgruppidel, tagada kõrge konkurss riigieelarvelistele ja riigieelarvevälistele õppekohadele LOGISTIKA õppekaval ning kaasata ettevõtted instituudi uurimisteesse ning koostööprojektidesse.

TUDUNDUSEGA SEOTUD EESMÄRGID:

Eesmärk oli luua instituudi visuaalne identiteet, sõnum ning tagada suur huvi õppekava vastu.

KOMMUNIKATSIOONI EESMÄRGID

Kommunikatsiooni eesmärk oli jõuda võtmesikute ja võtmesihtgruppideni infoga instituudi olemasolust, teenustest ning õppimis- ja koostöövõimalustest.

EELARVE/KAMPAANIA MAHT: Kampaania eelarve kuludena oli kuni 10000 EUR, koos projektijuhti tasuga kuni 20 000 eur.

Kampaania eelarve sisaldab kogu kampaania maksumust – meedia, ettevalmistus, tootmine, postitus jne

Ülesanne b) Kampania elluviimise kirjeldus, visuaalid jm kampania juurde käiv kirjeldav materjal. Maks. 150 sõna.

KAMPAANIA ETAPID, AEG JA TEGEVUSED:

Veebruar: väljatöötamine

Märts: avapidu, avakommunikatsioon

Aprill: meedia, koolide otsepost, bakalaureuseõppe turundus

Aprill: magistriõppe infoõhtu, magistriõppe turundus

Mai-juuni: ettevõtluspartnerluse promo

Juuli-august: vastuvõtt

September: kooli algus

VÖTMESÕNAD:

Disainikontseptsioon: TTÜ disainipõhjadel selgelt eristuva disainikeele väljatöötamine.

Sõnumi välja töötamine: logistika on kohal

Sündmused: avaseminar 14.märts 2013, partnerpäevad

Vahendid: Veeb, facebook, otsepost, instagram

KANALID:

Massimeedia: Massimeedia –pressiteated

Sotsiaalmeedia: Facebook

Paber: flaiier-plakat

Majasisene TTÜS: roll-up

Otsepost: koolidele ning õppealajuhatajatele saadeti otsepost . kiri+plakat (ESITATATUD)

Töö klientidega: tudengite ja tudengikandidaatidega

OLULISEMAD MÄRKSÕNAD:

DISAINIKEEL: aluseks võeti TTÜ disainireeglid, brändiraamat, triibud ja väljatöötatud fondid ning põhimõtted

LISATI: ere värv ning Instagram

NÄITED: Trükireklaam, välireklaam, postitatud reklaam



KÕNEISIKUTE KAASAMINE:



(1) Indrek Neivelt ja (2) Jaan Tätte, Raul Normak ja Marko Matvere jahtlaevalt Nordea

AVASEMINAR KUI VÕTMESÜNDMUS, MILLEL OSALES ligi 120 Eesti transiidi-, tootmis-, IT-, kuller- ja logistikaettevõtte võtmeisikut:

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.367283659969190.88719.355304457833777&type=3>



(1) Indrek Neivelt, TTÜ teadusprorektor Erkki Truve, Tiit Vähi, (2) Rain Laane (Microsoft), Taavi Kotka (Webmedia/Nortal) (3) Tiit Vähi, Jüri Mõis



(1) Jaan Tamm (Lennuakadeemia), Meelis Arumeel (DB Schenker), Eero Pärasmäe (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium)

FACEBOOK:

<https://www.facebook.com/ttulongistika>



PLAKAT



NÄITED OTSEPOSTIST koolidele:



HEA KOOLI DIREKTOR,
Õppealajuhataja, huvialajuhataja, ühiskonnajuhataja, õpetaja, karjääripetsialist,

Panite ehk tähele eelnevat nädelat ajakirjanduses käinud uudist, kus Indrek Neivelt soovib 1000 tuhandelgi logistikat õppima võtta. Logistikasektor annab märkimisväärse osa Eesti ekspordist, samuti on logistikategevities loodus kaandvõimur töötaja kohta enamasti suurem kui teistes majandusvaldkondades. TTÜ on loogiline õppekava arendaja.

Kaasolevaga on meil hea meel tutvustada teile reaaliajanes tugestele abiturientidele õppimisvõimalusi logistika erialal, mida pakub värskest loodud TTÜ logistikainstituut.

Kutsume teie lõpuklasside õpilasi 24. vöi 31. mail kell 14.00-17.00 tutvuma õppimisvõimalustega TTÜ logistikainstituudis. Värskest eelgreetorime logistikainstituudist koolidele! www.ttu.ee/logistika

Logistika eriala ühendab

- majanduse
- infotehnoloogia ja informaatika,
- mehaanika ja ehitusteadused

Eriala annab teadmised töök ja ettevõtluseks Eesti suurimas ettevõtlusvaldkonnas – transpordis, kaubanduses ja transiidis, seda nii siseriiklikul kui rahvusvahelisel.

Logistikud vajad transpordi- ja transiitsektor, kuigi- ja jekaubandust, sadamaid, raudtee-ettevõtteid ning lennundust. Logistikud eriala annab teadmised ja oskused töök tootmise ja rahvusvahelise kaubanduse korraldamisel, lennu-, laeva ja rongiliikuse planeerimisel ning logistika- ja transpordiettevõtte arendamisel ja juhtimisel.

Bakalaureuseõpe kestab kolm aastat. Peale bakalaureusekraadi omandamist on võimalus jätkata õppinud magistrõppe. Sisestaamiseks on vajalikud matemaatika või füüsika ja võõrkeele või emakeele eksamid. Sisustamine kaab TTÜ üliõpnevõtte korra kohaselt. Lühema info leiate TTÜ kodulehelt.

Logistikainstituudi loomisest ning uuenuem õppekavast on teavitatud nii Tõhbandate Kesksit, Eesti Logistikakliaster, Majandus- ja Kommunikatsiooniministerium kui ka erinevad ettevõtted ja ettevõtte ühendused. Sõnum on selge –logistika on üks väga perspektiivse eriala ning logistika eriala õpetamist tõhbandat hinaratut ja otustud spetsialistid.

Palume võimalusel edastada ahiud kiri õpetajate ja lõpuklasside õpilaste meelingitidese ning kirgite laenuid pakutav värske trükkide ning teostete vahelise ära panea.

LISAINFO:

Liiska Hürt, TTÜ logistikainstituut
+372 52 14 251, liiska.hurt@ttu.ee

Ehitajate tee 5, Tallinn
www.ttu.ee/702072
www.facebook.com/ttu/logistika



Esitlesime õppekava erinevates mediakanalites: Äripäev, Inseneria, E24, ETV Terevisioon.



Ülesanne c) Mis juhtus kampaania tagajärjel? Kas püstitatud eesmärgid said täidetud? Kirjeldada kampaania mootorikat, mida uut suudeti ellu viia? Maks. 150 sõna.

Kampaania tulemusel saadi väga kõrge konkurss ning huvi programmide vastu. Õppekavadel alustas üle 100 uue tudengi. Valdkonna juhtivad ettevõtted on koostööprojektideks teinud kümneid ettepanekuid.

Kampaania, mida alustati meeskonnaga, kes soovis, et asutatud instituut ning selle õppekavad koguks populaarsust, saavutas oma eesmärgid nii nähtavuse kui oluliste valdkonna "tegijate" poolehoiu ja kaasamõtlemissaavutamiseks. See kõik ei ole ühe ülikooli õppekava ja allüksuse puhul üldse mitte tavapärane. pigem VÄGA eriline.



Kliendisuhetus: isiklik suhtlus ja abivalmidus

TUDENGITE TAGASISIDE:

UKU PEERNA (Tallinna Kaubamaja, ostujuht, TTÜ Logistikainstituudi magistrand alates 2012):

← RE: ISIKLIK KUTSE: 15.03 Logistikainstituudi sünnipäevale

Uku Peerna

Sent: Wednesday, March 6, 2013 12:55 PM

To: Ulrika Hurt

👤 You replied to this message on 3/6/13 2:10 PM. Show Reply

Tänud suured Ulrika kutse eest. Olen väga meelitatud.

Isiklikud õnnitlused Logistikainstituudile ja tema toimekale kollektiivile!

Ma ei kujutaks ette seda taset kui nii tublisti ja intensiivselt oleks arendatud Logistikateaduskonda viimased 10 aastat. Mina isiklikult olen väga õnnelik saada osa sellisest suhtumisest ja suhtlemisest. Tänud !

Olen 13 – 22 märts perega Alpides kevadet nautimas ja mäesuuska harrastamas.

Kaunist pidupäeva Teile kõigile!

Lugupidamisega
Uku

PARTNERITE TAGASISIDE JA PARTNERVÕRGUSTIK:

Indrek Neivelt, Tiit Vähi, Jüri Mõis, asutustest Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Tallinna Sadam, Eesti Raudtee, DB Schenker, Eesti Post...



KOKKUVÕTTES:

Kampaania vastab hindamiskriteeriumitele, mille järgi hinnatakse ühe kampaania sõnumi edastamise originaalsust erinevates kanalites.

Konkursile esitatavate kanalite ja kampaania sõnumite kandjate arv ei ole piiratud (sh näiteks massimeedia, POS materjalid, internet, otsepost, reklaamkingitused jms). Minimaalselt peab olema esitatud 3 eri kandjat kampaania kohta.

ESITAJA JA KAMPAANIA KESKNE TEOSTAJA: Ulrika Hurt

KAMPAANIA VÄLJATÖÖTAMISE PARTNERID: Kati Kõrbe, Hele Hammer

Terje Tampere, Sander Sisask, Jelena Pljonkina

ULRIKA HURT

ulrika.hurt@ttu.ee,

+372 52 14 251

TTÜ logistikainstituut,

Ehitajate tee 5, III-320, Tallinn 19086

logistika@ttu.ee

www.ttu.ee/logistika

www.facebook.com/ttulogistika

