

## TERVISE ARENGU INSTITUUDI ALKOHOLI LIIGTARVITAMISE VASTANE KAMPAANIA

PR/Turunduskommunikatsioon

kuni 3000 eur

### TÖÖ ESITAJA/TEOSTAJA:

Carina Kukk, PR projektijuht - Zavod BBDO, Event Masters

### TÖÖ TELLIJAJA:

Tervise Arengu Instituut

### PROJEKTI EESMÄRK:

Aidata ühiskonnas kujundada uut normaalsust, kus sotsiaalset suhtlemist ei seostata normatiivselt (rohke) alkoholitarnimisega.

### PROJEKTI EELARVE:

Suhtekorralduse eelarve koos teavitusürituse korraldusega oli 2850 eur

### VALITUD STRATEEGIA LÜHIKIRJELDUS:

Vähem alkoholi=Rohkem elu näol oli tegemist integreeritud turunduskommunikatsiooni kampaaniaga.

Suhtekorralduse tegevusi toetas nii telereklaam, raadioreklaam kui välireklaam.

PR tegevuste eesmärgiks olid **uuenduslike teemanurkadega meediakajastused** nii tava- kui sotsiaalmeedias. Uudse lähenemisena oli otsus kasutada **kõneisikutena rohkem tavainimesi**, kui eksperte, et sihtrühm suudaks paremini samastuda. Lisaks meediakajastustele oli eesmärgiks **korraldada teavitusüritus**, kus oleks võimalik sihtrühma kõige paremini tabada.

### LÜHIKOKKUVÕTE TEOSTUSEST:

PR kampaania teemapakkumised olid hoolikalt kanali spetsiifikast lähtuvalt planeeritud.

- **Teema leidis kajastust üleriigiliselt.** Kampaania perioodil oli alkoholi teema väga tugevalt meediapildis. Mõned näited: Ringvaade, Raadio 2, Sky Plus, Äripäev, Õhtuleht, Postimees, Delfi, maakonnalehed ja sotsiaalmeedia.
- Kampaania raames osales **TAI esindaja** koos Heidy Purga ja Rasmus Raskiga ka **Alcohol Unplugged üritusel** Tartus.
- **Strateegia üheks alustalaks sai otsus kasutada kampaania kõneisikutena valdavalt tavainimesi**, et sihtrühm suudaks teemaga paremini samastuda. Korraldasime mitmeid jutuvõistlusi, kus inimesed said rääkida rohke alkoholi joomisega kaasnevatest negatiivsetest kõrvalnähtudest ja alkoholi joomise vähendamise seotud positiivsetest mõjudest (Delfi Naistekas, Sky Plus). Tõime erinevates kanalites eeskujuks hobisid, millega inimesed võiksid alkoholi joomise asemel tegeleda (Ringvaade, Raadio 2).
- **Lisaks meediakajastuste initsieerimisele korraldasime ka kampaania teavitusürituse.** Üritus toimus reedese päeva hilistel õhtutundidel (21-23.30) Vabaduse väljakul. Ürituse keskpunktiks oli rodeohärg. Tabasime sihtrühma otse tänvalt ja panime nad proovile. Mida kainem oli inimene, seda kauem ta rodeo seljas püsis ehk **kommunikeerisime läbi aktsiooni väga täpselt kampaaniasõnumit - Vähem alkoholi=Rohkem elu.** Teavitusüritus oli väga menukas. 2.5h jooksul ei olnud kordagi hetke, mil keegi end rodeo proovile ei tahtnud panna. Pealtvaatajaid oli õhtu jooksul 300-400. Ürituse läheduses jagati alkoholivabu kokteile ja vett.

### KAMPAANIA TULEMUSTE ÜLEVAADE:

Meedimonitoringule tuginedes saab öelda, et kampaania sai vastavalt seatud eesmärkidele kajastatud nii printmeedias, online meedias, televisioonis, sotsiaalmeedias kui ka raadios.

