



RÖÖPARALLI



Eesmärk

- ✓ Tutvustada noortele sobivas võtmes rongiga reisimise võimalusi täna ja tulevikus, mil Eesti on ühendatud Euroopa raudteevõrgustikuga.
- ✓ Tõsta teadlikkust Rail Baltica projektist, tehes seda sihtrühmale omases keeles ja sobilikus formaadis.
- ✓ Kasutada tänase põlvkonna aktiveerimiseks integreeritult traditsioonilist meediat ning sotsmeedia võimalusi, sh seda nii kanalite kui ka mõjuisikutest (influencerite) ettevõtmise esindusnägude näol.
- ✓ Luua elujõuline formaat, mille abil kõnetada tuleviku rongireisijaid ja tõsta teadlikkust rongist kui tõhusast alternatiivist maantee- ja õhustranspordile.



Rööparalli on lõbus kahe võistkonna reisisseiklus teleekraanil ja sotsiaalmeedias.



Täna veel ei saa meie noored Eestis rongile ning Riias või Varssavis rongilt maha hüpata, aga varsti saavad.



Rööparalli rullib noorte ees lahti rongiga reisimise võlud ja valud, pakub meelelahutuslikku sisu ning tutvustab Euroopa eri paiku.

RÖÖPARALLI

Kaks fookusgruppi

- 16a-19a
- 20a-25a

Mida noored teavad Rail Baltica projektist ja kuidas suhtuvad rongiga reisimisse?

- Noorte jaoks on rongisõit liikumine punktist A punkti B.
- Projektist teavad nad mõõdukalt
- Rongiga sõidavad meeleldi
- Elektrirongi kui transpordivahendi väikest jalajälge hindavad kõrgelt
- Rongiga reisimisest ja erinevate paikade avastamisest pole osanud mõeldagi

Osalejad soovitasid, et rongiga reisimise võimaluste tutvustamiseks tuleb teha midagi mängulist, näiteks saata sotsiaalmeedia staarid rongiga seiklema.

Fookusgruppid

A topographic map with contour lines and elevation markers, serving as a background for the right side of the slide. The map shows various elevation levels, with labels such as 580, 600, 620, 640, 660, 680, 700, 720, 740, 760, and 780. The lines are more densely packed in some areas, indicating steeper slopes.

Ideest teostuseni

Aprillis sündis otsus teha noortele suunatud kampaania.

Mais laienes kampaaniaidee seiklusliku reisisaate plaaniks.

Juunis, juulis sündisid kokkulepped tootmise ja muudes küsimustes, valmis Rööparalli kontseptsioon.

Juulis kandideeris sotsiaalmeedia üleskutse peale saatesse üle 500 noore.

Augustis leidis aset saate casting, valiti välja 6 noort.

Septembris sõideti 6 päeva jooksul Inga Tislari ja Lauri Pedaja eestvedamisel rongiga läbi 7 riigi.

Oktoobris, novembris tegid montaažipoisid ja teised taustajõud tööd.

Detsembri lõpus algas Rööparalli eelkampaania sotsiaalmeedias, televisioonis, välimeedias.

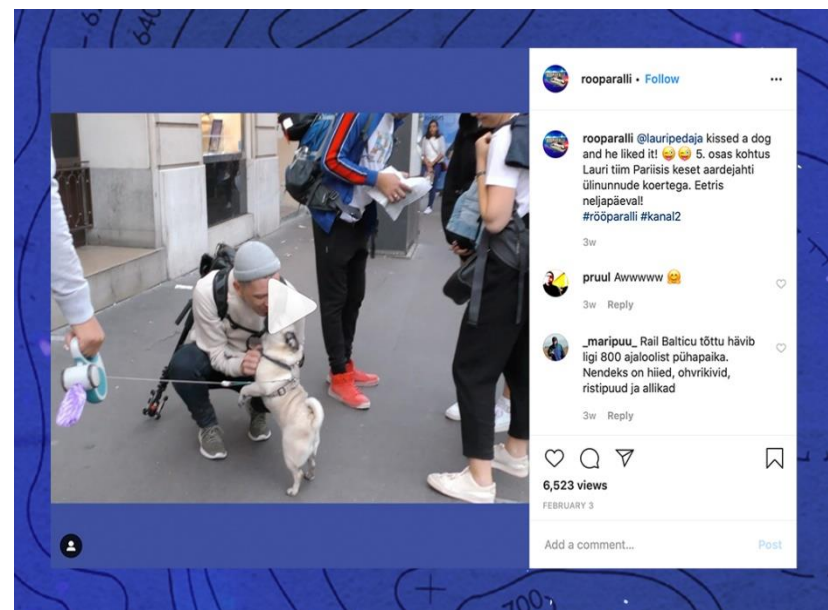
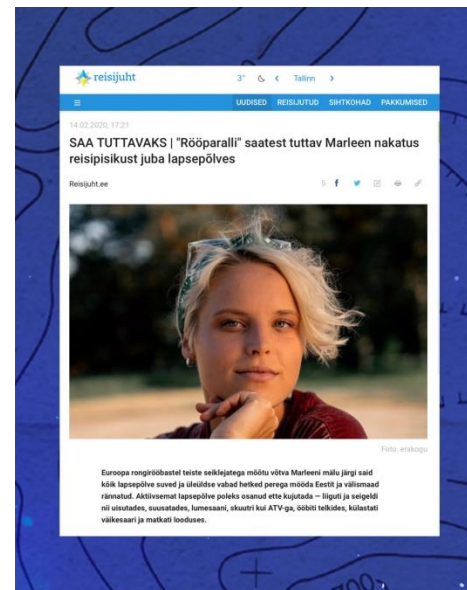
Jaanuaris oli esimene episood eetris.



Kanalid



- ✓ Sotsiaalmeedia: YouTube, Instagram, Facebook, Tik-Tok
- ✓ Sotsiaalmeedias kaasatud ka Rademari, Kanal2, RB kanalid
- ✓ Üldine uudis- ja meelelahutusmeedia
- ✓ Kanal2 prime time
- ✓ Välimeedia ekraanid





8-osaline telesaade



Keskmiselt 72000 vaatajat



Tipp hetkel 135 000 unikaalset vaatajat (TRP 5,59)



Youtubes vaatamisi 50 000+



TikTokis 26 postitust 1 kuuga 297 800 vaatamist, 20,3k meeldimist, 90 kommentaari postituse all



Tulemused



- ✓ Produktsiooni ja turunduskulud – 30 000 €
- ✓ Logistikakulud – 16900 €

Eelarve

RÖÖPARALLI

