

KUIDAS TELE2 OMA

JÕULUKAMPAANIA ÄRA JÄTTIS

TELE2 EESTI

TELE2 UHKE JÕULU- REKLAAM JÄI ÄRA.

**Selle asemel
annetasime 55 000 €
Eesti õdedele ja
hooldustöötajatele.
Aita sina ka.**

**Teeme Pai
annetusnumbrid**

900 0030	5 €
900 0031	10 €
900 0032	50 €

tele2.ee/teemepai

TELE2

VÄLJAKUTSE

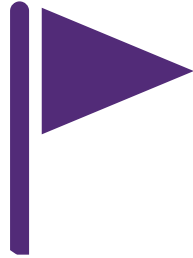
PR- EESMÄRK

Kõik me teame neid suurkorporatsioonide jõulukampaaniaid , mis on igavalt ühesugused ja muutuvad tapeediks, mida keegi vaadata ei taha. Tele2 on challenger-bränd ja me ei tahtnud olla igavad, traditsioonilised ja teha

Tele2 väljakutse oli näidata, et suuretevõtete jõulukampaaniatel võib olla laiem mõju. Üks jõulukampaania võib ühendada nii tele2-inimesi sisekommunikatsioonis kui ka laiemalt Eesti inimesi. Tavapärase jõulukampaania asemel suunas *Tele2 kogu oma eelarve heategevusse - toetas 55 000 euroga õdesid ja hooldustöötajaid, käis tiimidega abiks 1247 annetusliinil, avas eraldi annetusliini ja jagas meditsiinipersonalile termostasse, millega nad said Olerexist tasuta kohvi*. Kuidas selle kõige tuules aga siiski brändi meeldivust ja nähtavust tõsta?

- Kinnistada Tele2 kui challenger brändi kuvandit ja rõhutada nii sisekommunikatsioonis kui ka üldmeedias Tele2 väärtuseid - julgus, hoolivus, kire ja usaldus. Kaudselt tõsta positiivse kampaania abil brändi meeldivust.
- Kutsuda inimesi üles mõtlema nende peale, kes kriisis igapäevaselt kandvat rolli on mänginud, kuid keda piisavalt ei ole märganud. Eesmärk polnud anda õdede ja hooldustöötajate toetuseks pelgalt toetussumma, vaid kutsuda inimesi üles nende peale mõtlema ning neid igakülgset toetama. Koguda kampaania tulemusel õdede toetuseks lisaraha.
- Ühendada CSR-kampaania abil sisekommunikatsioonis Tele2lased nii, et brändi väärtused poleks üksnes sõnad seinal, vaid et need oleksid integreeritud ettevõtte igapäevategevustesse ja et inimesed tunneksid, et nende tööandja hoolib ja panustab.

STRATEEGIA



Kaardistasime tugeva koostööpartneri, kellega koos kommunikatsiooni teha. Lõime tugeva partnerluse PAI algatusega, mis on loodud just õdede ja hooldustöötajate toetuseks. Lõime üheskoos tugeva sõnumistrateegia ja kommunikatsiooniplaani, kus hoidsime kaht eraldi suunda – üldmeedias väga tugevalt ühed sõnumid, omakanalites ja reklaamikampanias tugev CTA annetamisele.



Tõime üldmeedias tähelepanu väljakutsetele, millega õed ja hooldustöötajad vastamisi seisavad – väsimus, kurnatus, ajapuudus, etc.



Lõime omakanalites sisu erinevatele heategevusalgatustele, mille raames rõhutasime Tele2 väärtuseid ja kutsusime inimesi üles annetama.



Tegime üldmeedias kommunikatsiooniteavituse PAI kampaania suurima annetuse – 55 000 eurot kohta



Lõime tervikliku integreeritud kommunikatsioonikampania, kus kahe nädala jooksul kinnistasime nii omakanalites, digis kui ka üldmeedias oma sõnumeid ja kutsusime inimesi üles annetama.

KUIDAS ME INIMESTENI JÕUDSIMME

- Tele2 uudiskiri: „Jõulukaardi asemel teeme hoopis pai.“ (open-rate 41,8%)
- Digikampania
- Sotsiaalmeediapostitused
- PR (tele, raadio, pressiteade)
- Sisekommunikatsioonikampania (Tele2 live, sisekommunikatsioon)
- Partnerorganisatsioonide rakendamine

TELE2

JÕULUKAARDI ASEMEL TEEME HOOPIS PAI



Armas Sõber!

Jätsime Tele2s sel aastal ära traditsioonilise jõulutralli kogu kulla ja karraga. Selle asemel tegime ühe suure ja väga olulise kingi naile, kes seda praegu kõige rohkem väärivad – annetasime 55 000 € Eesti õdedele ja hooldustöötajatele, et nad saaksid võtta aja maha ja natukenegi puhata.

Soovime sulle mõnusat pühadeaega ja kuhjaga andmiserõõmu. Ühekoos saame teha suuri asju!



PS. Tegelikult on õed ja hooldustöötajad ju veel rohkemat väärt. Seetõttu avasime annetustlinid – kui soovid ka nende puhkehelki toetada, siis helista!

900 0030 | annetatad 5 €
900 0031 | annetatad 10 €
900 0032 | annetatad 50 €

Rohkem infot leiad: tele2.ee/teemepai

Sinu Tele2

DIGIKAMPAANIA



**TELE2
UHKE
JÕULU-
REKLAAM
JÄI ÄRA**

**Selle
asemel
annetasime
55 000 €
Eesti õdedele**



**Selle asemel
annetasime 55 000 €
Eesti õdedele ja
hooldustöötajatele.**

**Teeme Pai
annetusnumbrid**

900 0030	5 €
900 0031	10 €
900 0032	50 €



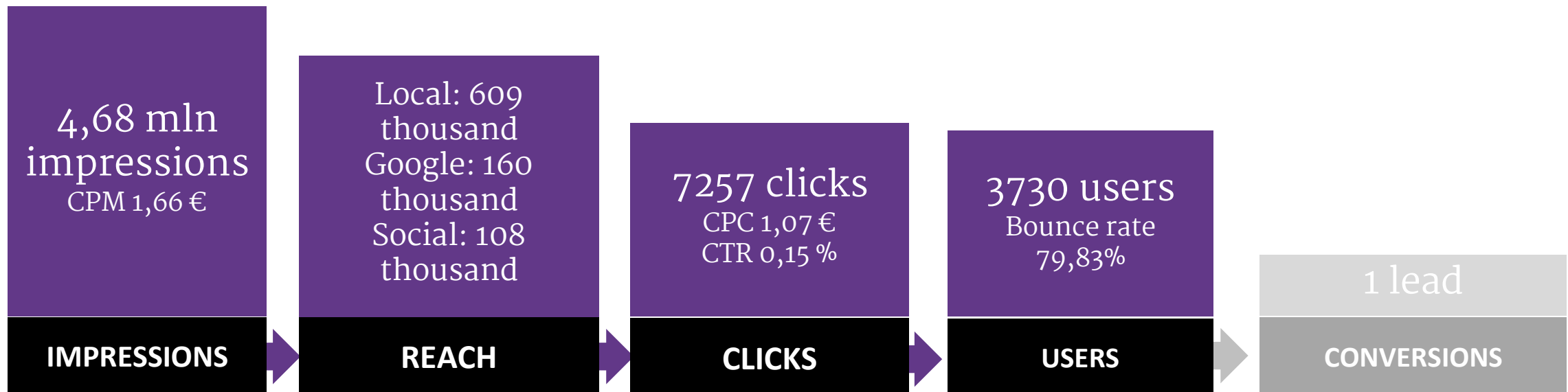
ERISAAD | Vladimir Svet: peame suhtuma lumesse kui prügisse. Selle



Õigustatud risk või karm valearvestus? Ukrainas pole viiendat kolonni, kuid

DIGIKAMPAANIA TULEMUSED

Kasutasime sisubännereid, torne jne, et olla pildis, aga teha seda nii, et kampaania ei mõjuks agressiivselt. Digikampaania suurem maht oli suunatud vanuserühmale 18-45, kellele sihtides ei kasutanud me kitsast käitumuslikku sihtimist, vaid panime rohkem rõhku inimestele, kes on huvitatud heategevusest, tervishoiust, meditsiinivaldkonnatööst jne.



*View-through leads count all leads that are left a few days after click or seeing the

SOTSIAALMEEDIA TULEMUSED

Jõulukampaania koosnes sotsiaalmeedias TVC-st, toetamise sketšist, kõnekeskuse sketšist, jõulusoovist ja aastavahetuse sketšist.

400€
Eelarve

56 152
Makstud levik

379
Makstud klikki

3,14€
CPM (€)

1'21"
Aeg lehel

0,30%
CTR (%)

1,06€
CPC (€)

127 297
Makstud näitamist

3,40%
Kaasamiste määr (%)

Andmed
900 0031 | 50 €
900 0032 | 10 €
900 0032 | 50 €

FaceBOOK

KPI: KAASAMISTE MÄÄR

1

8,38 %

Tele2 Eesti
Published by Vaas Digital · December 15, 2021 at 6:11 PM

Tele2 otsustas ära jätta oma traditsioonilise jõulukampaania toetada hoopis neid, kes on kogu kriisi vältel ennastunustatult tööd teinud. Andsime kogu meeskonnaga oma panuse info liikumisele ja läksime appi riigi koroonaviiruse infoliinile Häirekeskuses, et sealsed tublid töötajad saaksid natukene puhkust.

Meie töötajad käivad infotelefoni töötajatel abiks detsembri algusest märtsini. Nii kingitakse igale töötajale, keda asendatakse, üks vaba päev.

Kui sinagi ta... See more

et siinsetele tublidele töötajatele

TELE2.EE
Tele2 läks appi Häirekeskusele Learn more

24,761 People reached 2,507 Engagements Boost post

117 4 Comments 10 Shares

Like Comment Share

Kõnekeskuse sketš
 Levik: 24 755
 Makstud levik: 14 854
 Makstud näitamised: 20 390
 Kaasamised: 2074

2

7,54 %

Tele2 Eesti
Published by Vaas Digital · December 30, 2021 at 12:45 PM

Kohe-kohe saabki see aasta läbi... Alles algas ja juba lõppes, nagu ikka!

Täname kõiki meie sõpru ning samuti kõiki Eesti meditsiinitöötajaid!

Ka lihtne matemaatika ütleb, et 2 on parem kui 1... Seega loodame, et 2022 tuleb sama vägev kui Tele2! 🥳

Tahan Tele2 poolt tänada

TELE2.EE
Et 2022 tuleks sama vägev kui Tele2! Learn more

25,699 People reached 2,117 Engagements Boost post

59 7 Shares

Aastavahetuse sketš
 Levik: 25 671
 Makstud levik: 16 381
 Makstud näitamised: 24 482
 Kaasamised: 1935

3

3,59 %

Tele2 Eesti
Published by Vaas Digital · December 10, 2021

Teeme suure pai Eesti meditsiinitöötajatele!

Tele2 uhke jõulureklaam jäi sel aastal ära. Tegime selle asemel hoopis meie klientide nimel suure pai õdedele ja hooldustöötajatele. ❤️

Meie väärtused on julgus, hoolivus, kirg ja usaldus. Need pole lihtsalt sõnad paberil, vaid nende järgi ka elame ja tegutseme! ... See more

õdede ja hooldustöötajate heaks.

TELE2.EE
Teeme suure pai Eesti meditsiinitöötajatele! Learn more

38,148 People reached 2,826 Engagements Boost post

102 4 Comments 15 Shares

Like Comment Share

TVC
 Levik: 38 148
 Makstud levik: 28 456
 Makstud näitamised: 17 465
 Kaasamised: 2273

TULEMUSED:

- Tegemist oli suurepärase näitega integreeritud kommunikatsioonikampaaniast, kus PR ning loovkontseptsioon üksteist toetasid ning võimaldasid tänu tugevale strateegiale toetada õdesid ja hooldustöötajaid arvestatava summaga, toetada Tele2 challenger-brändi kuvandit ja teha terviklik sisekommunikatsiooniprojekt.
- Omakanalites loodud sisu oli kaasahaarav, lõvv ning lähtus Tele2 strategiast kõnetada oma sisuga eelkõige noori.
- Kasutasime sisekommunikatsioonis eri lahendusi, alustades live-ülekandest ja lõpetades aktiivse Tele2 FB-i grupikommunikatsiooniga, mis võimaldas meil levitada oma sõnumit.
- Jõudsime PR-kampaaniaga suurde osasse Eesti meediakanalitest, **ühtekokku saime 15 üldmeedia kajastust neljateistkümmel erineval meediakanalil** (Kogu levik tiraaži põhjal ligikaudu 445 500)
- Sotsiaalmeedias jõudis jõulukampaania ühtekokku ligi **56 000 inimeseni**, kogus kokku **127 297 makstud näitamist**, **379 klikki** ja **8245 kaasamist**.



Kampaania
periood: 06.12-
31.12.2021

PR-eelarve:
4500€



Summa õdede ja
hooldustöötajate
toetuseks 59 000

Meediakajastusi:
10+



Algatasime väga
aktiivse diskussiooni
sotsiaalmeedias



Haiglates on õdedest suur puudus. Ometi makstakse mitmel pool õendustöötajatele täpselt nii vähe kui kollektiivleping lubab ja parem palk tuleb välja teenida ületunnitööd tehes.

Kuigi kurnatud õdede probleeme mõistetakse, ei ole lahendused haiglate sõnul nende kätes – olenemata headest kasuminäitajatest.



Kadri Ibrus
reporteri

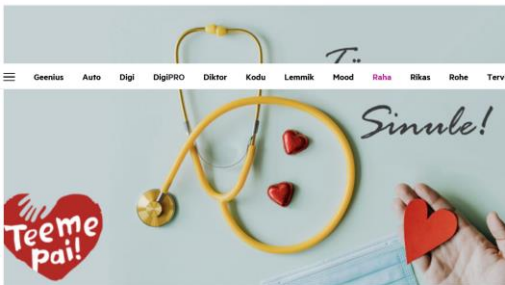


TELLIJALE AVATUD

„Lahkusin, sest olin täiesti läbi põlenud – emotsionaalselt, vaimselt ja füüsiliselt – ning abi ei paistnud mitte kusagilt, ei haigla juhtkonnalt ega riigilt,“ ütles ühest Tallinna haiglast vahetult enne pandeemiat lahkunud õde, kes palus anonüümsust.

PAI kampaania läbi jõudis õdede ja hooldustöötajateni 55 000 eurone rekordannetus

Geenius
8. detsember 2021 kell 16:27



PAI kampaania raames loodetakse nüüd koos eraisikute abiga kokku 700 000 eurot. Foto: Eesti Õdede Liit/maale



Kas hinnakirjalise levendamiseks peaks Eesti ostma Venemaalt rohkem elektrit? JAH - 13011 EI - 13013

PAI kampaania sai meditsiinitöötajate toetuseks rekordilise annetuse

PM Tervis
8. detsember 2021, 11:33

Tervis Sõda Eesti Maailm Majandus Sport Arvamus Kultuur Elu24 Tervis TV Veel



Autor: Laura Reher - 13. jaanuar 2022 22. Ainult tellijatele

Tele2 turundusdirektor: brändid peavad inimesi oluliselt enam puudutama

Tele2 otsustas viimati oma jõulukampaania ära jätta ja toetada selle asemel 55 000 euroga õdesid ja hooldustöötajaid, ehitades kogu turunduse üles heategevuse lainele. Tele2 turundusdirektor Ines Estrin avas veidi kampaania tagamaid.



Tele2 turundusdirektor Ines Estrin käis 1247 last ära. Autor: MAAILM SIIN

EST Экономика Спорт Бублик Dekor

Открыты линии для пожертвования работникам по уходу (9)



Foto on illustratiivne.

НОВОСТИ ЭСТОНИИ 08.12.2021, 21:46

Кампания PAI получила рекордное пожертвование в поддержку медсестер и работников по уходу



FOTO: ARGO INOVER