

LOOME UUSI VEREGRUPPE

VEREDOONORLUSE KAMPAANIA



#VEREGRUPP

Seni olid veredoonorluse kampaaniad suunatud üksikisikule. Kuid niimoodi inimene-inimese ehk tilk-tilga haaval vere kogumine on vaevarikas.

Meie tegime oma kampaania sihtgrupiks kollektiivi. Niimoodi saime kordades rohkem inimesi üheaegselt oma verd loovutama. Kollektiivsusele suunatud lähenemine muutis meie kampaania eriliseks mitmel tasandil.

Kuna meie eesmärgiks oli kutsuda grupe, siis sellest koorus välja kahetähenduslik sõnamäng.



#VEREGRUPP

MEIE EESMÄRGIKS OLI LUUA UUSI VEREGRUPPE.

Tavapärase arusaama järgi on meil neli põhilist **veregruppi**: A; B; AB; O. Sealt edasi on veel erinevaid reesustel põhinevaid variatsioone ning tegelikult läheb see jada veel edasi.

Meie eesmärk oli koos kollektiividega veregruppe juurde luua ning hoida see (vere)pall veeremas.

Tihtipeale inimesed ei jõua üksinda verd loovutama ja selleks võib olla mitmeid põhjuseid.

Kuid **uus veregruppe** luues on inimene osa grupimentaliteedist ning asjadega on lihtsam ja mugavam kaasa minna.

Me tegime kampaaniat **Facebookis**. Lisaks suunasime oma sõnumeid **LinkedInis** nii ettevõtete tippudele kui ka personalijuhtidele. Ka linnapildis võis näha **digiekraanidel** üleskutseid ja uusi veregruppe.

Kolmenädalase kampaania jooksul loodi ligi 20 uut veregruppi **ning neid lisandub endiselt!**

Kampaanias osalesid: ABB, Swedbank, Ülemiste City ja US Real Estate.

LEITUD UUSI VEREGRUPPE!



#VEREGRUPP