

LASTEABITELEFONI 116 111 MEEDIAKAMPAANIA

1.–30. NOVEMBER 2010

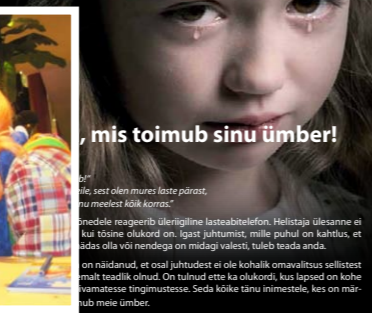
Lasteabi.ee
116 111

KLIENT: SOTSIAALMINISTEERIUM



Teata abivajavast sõbrast.

Näita, et hoolid ja helista tasuta lasteabitelefonile 116 111



mis toimub sinu ümber!

„Kui, sest olen mures laste pärast, ma meelest äärmiselt.“
Kõnele reageerib õhuvõrguline lasteabitelefoni helistaja ülesanne ei kui tõsine olukord on. Igat juhtumist, mille puhul on kahtlus, et kuidas olla või nendega on midagi valesti, tuleb teada anda.
on näidanud, et osal juhtudest ei ole kohalik omavalitsus sellistest murest teadlik olnud. On tulnud ette ka olukordi, kus lapsed on kohe nammitse tingimustesse. Seda kõike taju nimistele, kes on määrab meie ümber.

Infomaterjalide jagamine koolidele

Infomaterjalide jagamine koolidele toimus jaanuaris 2009. Teenuse eesmärk on operatiivset teatada abivajavast lapsest, tagada info ning pakuti lastele ja lastega seotud isikutele esmast kasu koolitundides.
id ka lastele või noortele, kes vajavad nõuannet. Tähti te pärast. Ka arutletakse koolitundide üle.

telefoni täiskasvanud, küsides nõu lastega seotud küsimuste korral tuleb vanematele meelde tuletada, luidest, mitte omavahelist arvestatavusest, kus

ada üle Eesti kõigil lausa- ja mobiiltelefonidelt. Ühised salvestatakse klienditeeninduse kvaliteedi taga-

tega nõustajad, kes on läbinud koolitused ning on u, mida saab teha kohe ja mida pikemas perspektiivis. Õige rumalam

us.

sotsiaalministeerium Lasteabi.ee 116 111

Aita last!

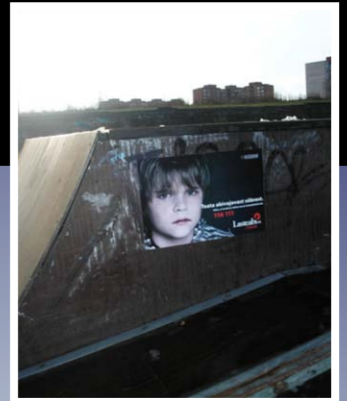
Teata abivajavast lapsest. Näita, et hoolid ja helista tasuta lasteabitelefonile 116 111.

Lasteabi.ee 116 111

Aita last!

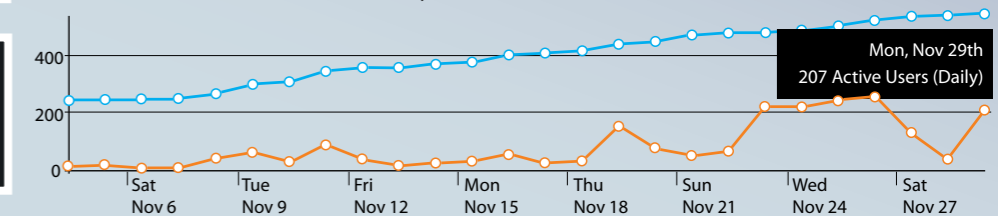
Teata abivajavast lapsest. Näita, et hoolid ja helista tasuta lasteabitelefonile 116 111.

Lasteabi.ee 116 111



Active Users (Igakuine) **711** ↑ 1,3%
New Likes (Daily) **7** ↑ 133%
Total Likes **549** ↑ 1,1%

Total Likes (Lifetime) Active Users (Daily)



MEEDIASTRATEEGIA

TAUSTAINFO

1. jaanuaril 2009. a käivitus Eestis üle-euroopaline lasteabitelefoni 116 111. Teenuse tellijaks ja rahastajaks oli ja on Sotsiaalministeerium. Üle-eestiline lasteabitelefoni võimaldab kõigil operatiivselt teatada abivajavast lapsest ning pakub lastele ja lastega seotud inimestele esmast sotsiaalset (vajadusel kriisi-)nõustamist. Telefon töötab 24h ning teenus on tasuta nii fikseeritud kui ka mobiilsidevõrkudest helistajale. Kõneledele vastatakse eesti, vene ja inglise keeles. Lisaks pakutakse võimalust saada teavet ja nõustamist ka interneti vahendusel (MSN). Koostöös telefoniteenuse osutajaga korraldati sügisel 2010 riigihange meediakampaania korraldamiseks. Üheks tingimuseks oli soov uuesti kasutada eelmise kampaania käigus väljatöötatud materjale ning samuti seadis raamid eelarve – hanke üheks oluliseks hindamiskriteeriumiks oli hind. Minimaalse hinnaga maksimaalse tulemus poole pürgides kujunes eelarveks 262465,20 kr.

SIHTRÜHM

Lapsevanemad, laste ja noortega töötavad inimesed, noored ja koolialised lapsed.

STRATEEGIA VALIK

Kampaania peamiseks eesmärgiks oli teavitada nii täiskasvanuid kui ka lapsi võimalusest teatada abivajavast ja/või hättasattunud lapsest, saada telefoni 116111 vahendusel teavet ja nõustamist laste ja peredega seonduvatel teemadel, julgustada nii lapsi kui ka täiskasvanuid märkama enda kõrval hättasattunud last ja helistama ka olukorras, kus helistamise põhjuste osas on kahtlusi. Sestap tuli välja mõelda strateegia, mis annab võimaluse lasteabitelefoni teenusest kui sellisest põhjalikumalt rääkida, kui tavameedia seda võimaldab. Tuli luua meediastrateegia, mis võimaldas sihtrühma tabada seal, kus neid kõige rohkem viibib ning samas toetada teavitustööd massimeediakanalite kaasamisega.

CONSUMER INSIGHT

Sihtrühma teadlikkus antud teenuse olemasolust oli enne kampaaniat väga madal ning eesmärk oli seda tõsta. Paljud pidasid numbrit 116 111 järjekordseks annetustelefoniks.

IDEE JA TEOSTUS

- Oleme seal, kus on lapsed, lapsevanemad ja need, kes töötavad igapäevaselt lastega.
- Laia sihtrühmi arvesse võttes kombineeritud meediakasutus.

- Kaasame senisest rohkem mitte-eestlasi.
- Kõnetame sihtrühme neile sobivas keeles ja keskkonnas.
- Läbi kõiki meediakanaleid haarava sotsiaalkampaania õpetame Eestimaa elanikele selgeks suhteliselt pika üle-euroopalise lasteabitelefoni numbri.

KOMBINATSIOON TAVAMEEDIAST JA ERILAHENDUSTEST

Kasutatud tavameedia: internet, tele-, raadio-, print- ja välimeedia (suurtahvlid, A5 plakatid ühistranspordis).

Kasutatud erilahendused:

- Noortele ja lastele suunatud infopäev sundimatus õhkkonnas** – toimus 11.11.10 Solarise keskkonnas, lastega tegelesid Pipi, Fredi ja kolm Lasteabi esindajat. Jagati 1000 Lasteabi helkurit;
- Infomaterjalide jagamine koolidele ja noortekeskustele** – kokku 80 kooli ja 225 noortekeskust üle Eesti.
- Info ja teavitava materjali jagamine mitte-eestlastele suunatud koosviibimistel** – neli pidu klubides CatHouse ja Parlament, igal üritusel min 700 külastajat;
- Kleebised rularampidel üle Eesti** – 6 rularparki: Gonsiori, Kose, Lauluväljak, Kivila, Pirita ja Narva. Plakate kleepimisest võtsid osa ka noored, kes viibisid rularparkides;

- Lasteabitelefoni infobännerid ja teavitav tekst linnade portaalides** – Võru, Kuresaare, Keila, Viljandi, Haapsalu, Rapla, Valga, Paide, Tartu, Pärnu, Kärdla, Narva, Hiiumaa teavitamis- ja nõustamiskeskus Hups. Paljudes portaalides on bännerid üleval veel praegugi;
- Intervjuu ETV hommikuprogrammis „Terevisioon“;**
- Intervjuud raadiojaamades** Raadio2, Kuku Raadio, Vikerraadio ja Raadio Elmar;
- Artiklid päeva- ja maakonnalehtedes ning ajakirjades:** 11 ilmutist;
- Lasteabitelefoni Facebook'i fännilehe taaselustamine ja populariseerimine** – 234 fännist sai kuu jooksul 555. Fännileht elab oma elu ning fännide vahel on tekkinud dialoog. 25.04.11 seisuga on Lasteabi Facebooki lehel 734 aktiivset fänni;
- Kinomeedia** – reklaam Solaris Kino ning Tartu Cinamon kino ekraanidel sügisel koolivaheajal. Solaris Kino - kokku 19 763 näitamist, Cinnamon – kokku 12 207 näitamist.

TULEMUSLIKKUS

Kampaania tulemusel suurenes numbrile 116 111 tehtud kõnede arv üle 50% (oktoobris 213 kõnet, novembris 375). Taaselustasime Facebook'i fännilehe, mis loodi 1. jaanuar 2009. a ning mille sõprade arv enne kampaaniat oli 234. Kuu aja pärast oli lehel 555 sõpra. Facebook'i fännileht toimib tänaseni ning fänne on hetkeseisuga 734.

ROI, KLIENDI EESMÄRKIDE TÄITMINE

Klient, Sotsiaalministeerium jäi kampaania tulemustega väga rahule ja märkis, et kampaania sai laiaulatuslikku kajastust ja kõlapinda. Sotsiaalministeeriumi laste ja perede osakonna nõunik Monika Luik: „Kokkuvõtvalt võib öelda, et lühikese aja jooksul viidi läbi väga erinevaid tegevusi alates lastele suunatud infopäevadest kuni Facebooki lehe „Et ükski laps ei jääks abita, kui ta seda vajab“ populariseerimiseni. Kampaania tugevateks külgedeks peamegi tegevuste variatiivsust, suunatust nii eesti- kui ka venekeelsele elanikkonnale ning erinevatele vanusegruppidele. Kõige muljetavaldavama kogemusena tooksime välja Facebook lehekülje „Et ükski laps ei jääks abita, kui ta seda vajab“ vahendusel toimunud teavitustegevuse potentsiaali.“

AGENTUUR:
CREATIVE MEDIA SERVICE OÜ