

Eesti Vabaõhumuuseumi teavituskampaania “Koo end ajalukku!”



TAUST: Soovisime leida atraktiivse põhjuse muuseumi külastamiseks ja luua tähenduslik seos EV100 aastaga. Sündis idee kududa vaip, mis kannaks Eesti kihelkondade musterid ja mille autoriks saab olla igaüks. EV 100. juubeliga seostades kudusime vaiba sümboliseks 100-meetriseks.

PR EESMÄRK: Positsioneerida kaltsuvaip ja selle kudumise võimalus suurelt, ühiskonnale oluliselt ja laia kandepinnaga, et jõuda inimesteni ka reklaami väliselt. Innustada potentsiaalset külastajat, anda vaibale emotsionaalselt kõrge väärtus, olla osa EV100 tähistamisest.

STRATEEGIA: Integreeritud kommunikatsioonilahendus 3 etapis: kudumise algus; vaiba valmimine; üleandmine Presidendile. Läbiv sotsiaalmeedia toetus ja infoedastus kudumise hetkeseisust, tuntud kudumas käijatest (sh President) jm. PR-fookus positsioneerimisel ja sõnumijuhtimisel. Teadlikult juhitud sõnapilv meie valitud märksõnadega.

ELLUVIIMINE: 11.04.17-09.12.18, lisategevused kuni 23.02.18
PR- eelarve 1700 €

INTEGREERITUD MEEDIA- JA PR-KAMPAANIA: PR-s kõik Eesti meediakanalid eesti-vene keeles. Kõik meediasuhtluse tööriistad: pressiteated, erikokkulepped, intervjuud, fotogaleriid jm. Kaalu lisas EV Presidendi, EV100 toimkonna, ajakirjanike jt kaasamine kudumisse; EV100 kingitusena registreerimine. Hulgaliselt isetekkelisi kajastusi, kus kasutati meie loodud märksõnu.

PRESSIÜRITUS: Lisaks uudismeediale ka kultuurimeedia, esinejana EV100 esindaja Kasterpalu ja vaibakunstnikud. Osalesid kõik olulisemad väljaanded, sh 3 TV kanalit.

SOTSIAALMEEDIA TOETUS: regulaarne info, lugude jagamine - Facebook, Instagram #kooendajalukku #eesti100vaip #eestivabaõhumuuseum #openairmuseum. Läbi küllastajate *selfide* ja fotode ka nende sotsiaalmeedia. Kahel korral presidendi Facebookis.



TULEMUSED (vt täpsemalt esitlus PPT)

- Projekt **kasvas mõjult ja tähenduselt võrreldes algse ideega** oluliselt laiahaardelisemaks ning realselt ajalukku minevaks. Vaatamata väikesele eelarvele **väga lai kandepind ja EVM seostamine EV100. juubeliga.**
- **Massiivne meediakajastus, üle 100 kajastuse kõigis meedialiikides ja – kanalites nii eesti kui vene keeles.** Suur televisiooni osakaal.
- **7000 kuduajat Eestist ja välisriikidest**, sh EV President, riigikogulased, EV100 toimkond, ajakirjanikud, diplomaadid, töökollektiivid, lasteaiad.
- Pea iga vaibakuduja jäädvustas end, jagades fotosid sotsiaalmeedias, sugulastega jne. Orienteeruvalt sai EV100 ja vaibast teada **ca 900 000 või enam inimest.**
- **Küllastajate arvu kasv** võrreldes 2016: aprillis +2811 küllastajat, mais +1064 küllastajat, juunis +663 küllastajat.
- **Üks nähtavamaid ja enim kajastusi saanud EV100 kingitusi**
- **Inspireeris uue teose sündi:** D. Kareva ja R. Puuri teose “Unes nägin ma Eestimaad” esmaettekannet 23.02.18 vaiba üleandmisel.

