



Pieni kampanjakoulu

Ohjeita onnistuneen kampanjan
toteuttamiseen



Pieni kampanjakoulu

Sana kampanja on peräisin ranskalaisesta sanasta "campagne" ja tarkoittaa että, pyritään vaikuttamaan tiettyä kohderyhmää ennalta suunnitellun ja kestoltaan rajatun toiminnan avulla.

Onko erityisiä asioita joita tulisi huomioida kun haluaa levittää viestiä kampanjan avulla? Kyllä on, vaikka varmoja takeita lopputuloksesta ei ole olemassa. Parhaiten toimii yleensä yksinkertaiset ja kekseliäästi omaperäiset ideat. Alla löydät muutaman vinkin kampanjan toteuttamiseen.

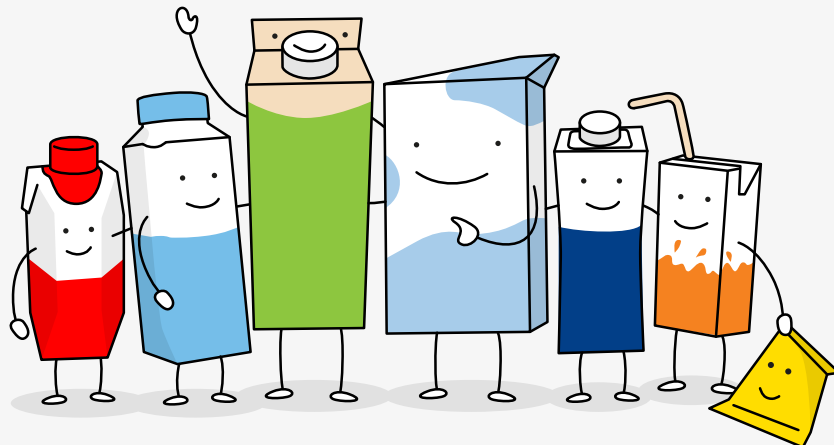
Tee kampanjasuunnitelma

Aloita laatimalla suunnitelma mitä haluatte tehdä ja miten kampanja on tarkoitus toteuttaa. Yksinkertainen suunnitelma joka mahtuu A4-sivulle on hyvä aloitus. Suunnitelman tulisi sisältää: millaisia tavoitteita teidän kampanjalla on, miten ajoitte toteuttaa kampanjan sekä miten voitte arvioida tavoitteiden saavuttamista kampanjan jälkeen?

Kampanjan suunnitteleminen

Kampanja ideaa miettiessä on hyvä muistaa että parhaiten toimii yleensä kampanjat jotka, perustuvat yksinkertaisiin ja omaperäisiin ideoihin. Kampanjaa suunniteltaessa on hyvä pohtia seuraavia kysymyksiä:

- ✓ Mikä on meidän kohderyhmä?
- ✓ Mitä tiedämme kohderyhmästä?
- ✓ Onko kohderyhmällä toiveita? Voimmeko kampanjalla täyttää tietyn tarpeen?
- ✓ Mikä on kampanjan tarkoitus ja ydinsanoma?
- ✓ Paikallismedia, näyttelyt, nuorisomedia, kasvokkain tapahtuvat kohtaamiset ja keskustelut, julkisilla paikoilla järjestetty toiminta jne.
- ✓ Miten voimme jälkikäteen arvioida kampanjan toteutusta?
- ✓ Miten käytännössä toteutamme kampanjamme? Kuivailkaa kampanjaanne ja määritelläkää aikataulu koska teette mitäkin. Onko kampanja helppo kuvailla? Siinä tapauksessa ideakin on yleensä hyvä!



Kampanjasuunnitelma

Kuvan vaikutus

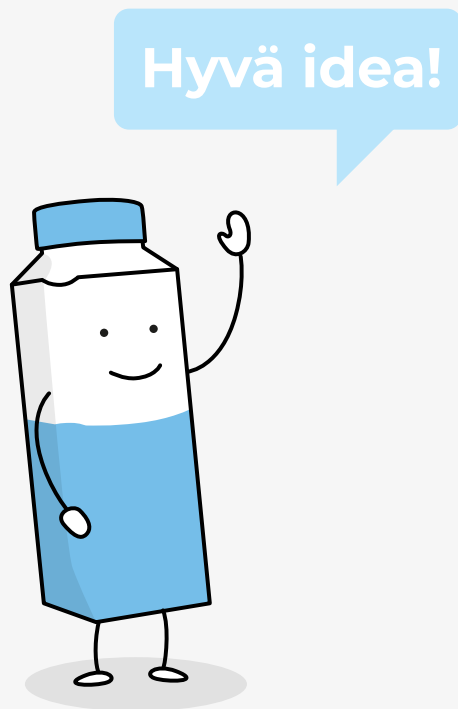
Kuvilla on suuri vaikutus ihmisiin. Me ajattelemme ja muistamme kuvien avulla. Kun esim. kuulemme sanan papukaija, emme näe kirjaimina sanaa PAPUKAIJA, vaan ajattelemme värikästä lintua.

Kuvat ovat tärkeä osa ilmoitusta ja/tai kampanjaa. Mikäli kuva ei ole puhutteleva on olemassa suuri riski että vastaanottaja kääntää huomionsa muualle ennen kun on tutustunut itse viestiin. Muista että, kuvaan liittyy aiheen lisäksi värit, tunnelma, tunteet jne. Sanalasku ” Yksi kuva kertoo enemmän kun tuhat sanaa” on osuva kuvaus kuvien merkityksestä.

Tekstin vaikutus

Kirjoittaessa tekstejä tulee ensinnäkin miettiä tekstin tarkoitusta ja mitä tällä halutaan viestiä vastaanottajalle.

Tekstin tulee olla selkeä ja alkaa tärkeimmällä osalla lukijan mielenkiinnon herättämiseksi. Laskennallisesti otsikkoa luetaan viisi kertaa useammin kuin leipätekstiä. Kuvatekstit ovat lukuarvoltaan verrattavissa otsikoihin. Kirjoittaessa tulisi käyttää selkeää, vaihtelevaa ja kuvailevaa tekstiä. Typografialla on yhtä suuri merkitys kuin kuvalla koska, tämä on kampanjan näkyvin osa. Tekstien ja kirjainten koon ja asettelun avulla tulee pyrkiä luomaan helppolukuisia ja helposti ymmärrettäviä tekstejä.

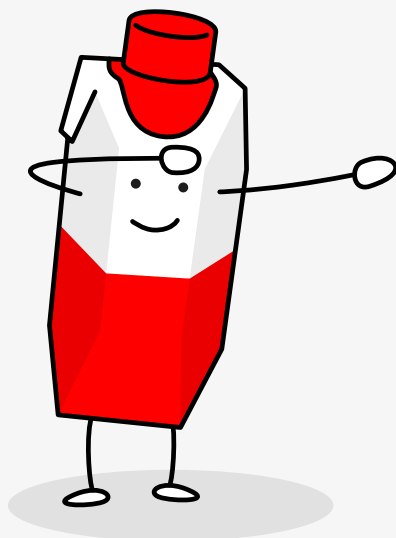


Ilmaise tunteita kampanjassa

Tehokkaimmat kampanjat koskettavat ihmisiä siinä määrin että he alkavat puhua siitä oma-aloitteisesti. Usein miten tämä tapahtuu kun vastaanottaja liikuttuu emotionaalisesti. Tämä johtuu monista eri syistä:

- ✓ Tunteet vaikuttavat päätöksiimme.
- ✓ Tunteet helpottavat oppimista.
- ✓ Tunteet auttavat muistamaan asioita pidempään.
- ✓ Viesti joka vaikuttaa tunteisiimme tekevät meidät taipuvimmiksi levittämään viestiä muille.
- ✓ Jaamme useammin asioita jotka herättävät vahvoja tunteita.
- ✓ Jaamme useammin asioita jotka herättävät positiivia tunteita.
- ✓ Vahvimmin vaikuttaa sisältö joka inspiroi ja tekee iloiseksi, esim. henkilökohtaisen menestyksen saavuttaneen ihmisen kuvaus.
- ✓ Liikkuvaa kuvaa jaetaan useammin kuin muuta materiaalia.
- ✓ Vaikuttavuuden luomiseksi on oltava selkeä yhteys viestin ja toivotun toimintatavan muuttamisella.

**Kierrättäminen on
oikein ja helppoa!**

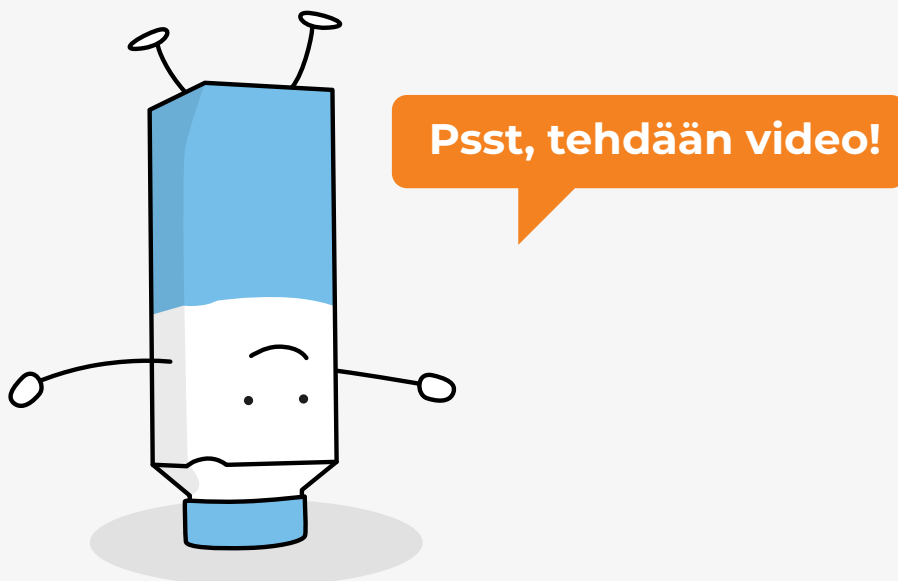


Kampanjalla levitetään viestiä/sanomaa

Ole luova – levitä tietoa kampanjasta kaikilla mahdollisilla tavoilla!

Kampanjan toteuttamiseen ei ole olemassa tiettyjä sääntöjä. Useimmiten uudenlaiset ja omaperäiset luomukset luovat suurimman vaikutuksen. Muutamia perussääntöjä on kuitenkin olemassa:

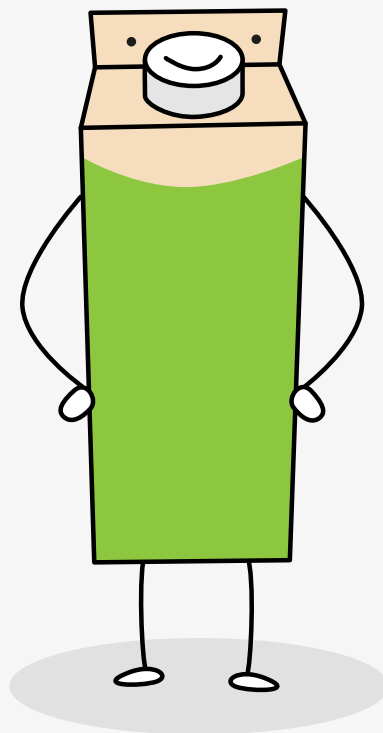
- ✓ Selvitä kohderyhmän nykyiset mielipiteet ja millaisilla perusteilla heihin pystyy vaikuttamaan parhaiten, ennen kun työstät kampanjaideaa.
- ✓ Anna positiivista palautetta hyvistä teoista kohderyhmän henkilöille. Täten sinut koetaan mukavaksi ja sinun on helpompi saada viestisi kuuluviin.
- ✓ Keskity mieluummin pienempiin käytännönläheisiin osiin, esim. ”miten voidaan parhaalla mahdollisella tavalla kierrättää kodeissa?” kuin ”lopeta kartonkipakkausten heittäminen sekajätteeseen”. Näin pilkot mahdollomalta tuntuvan ison ongelman pienempiin käsiteltävissä oleviin osiin.
- ✓ Hyödynnä jokaista mahdollisuutta kertoa kampanjastasi.
- ✓ Hyödynnä ja tee yhteistyötä tahojen kanssa joilla on samanlaiset tavoitteet kun sinulla.
- ✓ Mieti missä ja miten tavoitat kohderyhmäsi. Voitko esim. järjestää näyttelyn kirjastossa, voitko kiinteistönomistajan luvalla hyödyntää jätekatoksia/ rappukäytäviä jne. viestin levittämiseksi.
- ✓ Voidaanko kampanja voidaan dokumentoida jotta se voisi toimia viestin levittämisenä? Kuvaamalla video? Tekemällä kuvakollaasi? Tee kampanjan jakamisesta ja levittämisestä helppoa!



Mitä muuta pitäisi huomioida?

1. Pidä lähtökohtana että, kohderyhmä ei ole järkevästi kiinnostunut siitä, mitä sinulla on sanottavana. Useimmat ovat lähinnä kiinnostuneita itsestään ja ajattelevat ” mitä hyötyä tästä on minulle?”
2. Jaa sanomaa isolle kohderyhmälle
3. Nostaa kampanjassa esiin selkein ja vahvin perustelusi kampanjassa
4. Hyödynnä tunteita kommunikoinnissa
5. Aseta selkeät tavoitteet!

Onnea kampanjaanne!





Haluatko tietää lisää? Käy osoitteessa:

www.kartonkikilpailu.fi

Onko sinulla kysymyksiä? Ota meihin yhteyttä:

info@kartonkikilpailu.fi

Tetra Pak Oy
Valimotie 21
00380 Helsinki