

Предложение

Визуальной кампании по продвижению
вакцинации в Казахстане

Текущая ситуация соц. рекламы по COVID -19

1. Устаревшие сообщения о ношении маски.
2. Немотивирующие призывы к вакцинации.
3. Сухая статистика не работает.



Цель коммуникации:

1. Изменение отношения казахстанцев к вакцинации с негативного на позитивное.
2. Создать доверительную платформу с народом о пользе вакцинации.



Облако смыслов :

На основании анализа среди целевых аудиторий определено, что люди готовы вакцинироваться, если призыв затрагивает их ключевые ценности...

ВАКЦИНИРУЙСЯ
РАДИ ДЕТЕЙ КОЛЛЕГ ЖИЗНИ
СЕМЬИ ДЕЛА СЕБЯ
БЛИЗКИХ ЗЕМЛИ
ДРУЗЕЙ НАРОДА

Ключевые сообщения:

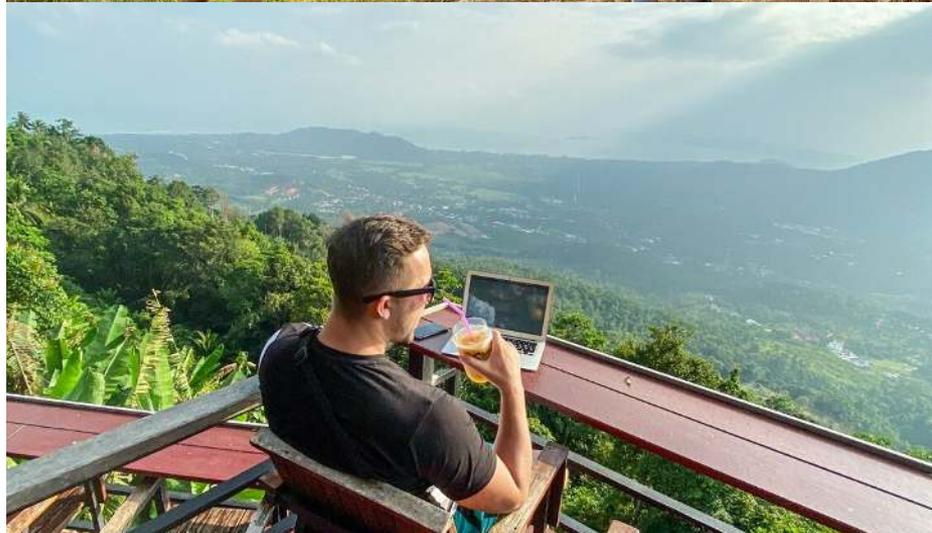
" ВАКЦИНИРУЙСЯ РАДИ "

Вакцинация – единственный путь остановить заболеваемость и вернуться к нормальной жизни

Вакцинация снижает риски ущерба здоровью если вы заразились

Вакцинация сохранит вам жизнь и жизнь ваших близких.

Для того, чтобы расположить различные целевые аудитории, мы готовим несколько волн коммуникации:



Гражданский штаб по борьбе с пандемией.

Для формирования доверия с аудиторией, необходимо позиционировать социальную рекламу от имени штаба, со своим логотипом и ключевым сообщением.



Для кого:

1 сегмент:

Большинство населения - преобладающий сегмент общества, которые думают о семье и своих близких.



2 сегмент:

Креативный кластер - представителям данного сегмента важна свобода. Свобода выбора, свобода передвижений и действий. ART-сообщество.



3 сегмент:

Врачи, чиновники и бизнесмены - данный сегмент оказывает наибольшее влияние на общество. Несут гражданскую ответственность.



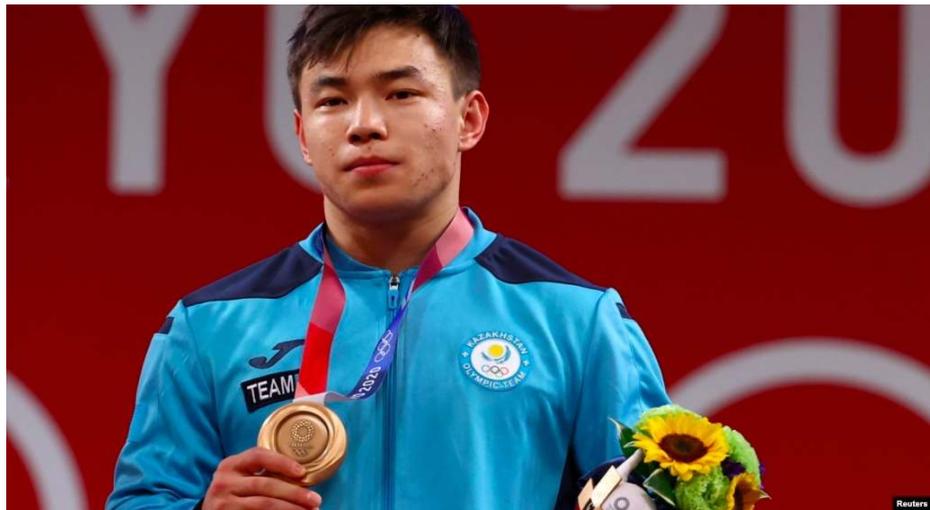
ЭТАПЫ КОММУНИКАЦИЙ:

" ВАКЦИНИРУЙСЯ РАДИ "

Первая волна - показываем реальных активистов штаба, общественников, экспертов-медиков, медийных лиц.

Затем заявляем вакцинированных спортсменов-олимпийцев.

Вторая волна - разъяснение, как можно вернуться к жизни до COVID.



1 волна коммуникаций:

В течение 4х недель заявляем лидеров штаба на наружной рекламе.

Запуск роликов на тв и в соц. сетях с их личными историями, почему они решили вакцинироваться.

Так сформируется первое впечатление кто члены гражданского штаба, что ими движет.

Через СМИ будут продвигаться новые инициативы штаба и конкретные дела в виде амнистии паспортов, вовлечение бизнеса и тп.



Целевая аудитория: от 18 до 30 лет

**ЕЛ ҮШІН
ЕГІЛЕМІН**
ВАКЦИНИРУЙСЯ РАДИ

**вакцинируйся
ради жизни**

**өмір сүру үшін
вакцина ал**

КАМИЛА ИСМАИЛОВА
МАРКЕТОЛОГ

#ЕЛ ҮШІН ЕГІЛЕМІН
#ВАКЦИНИРУЙСЯ РАДИ

ЦА: от 27 до 50 лет

ЕЛ ҮШІН ЕГІЛЕМІН

ВАКЦИНИРУЙСЯ РАДИ

вакцинируйся
ради близких

РАХИМ ОШАКБАЕВ
ЭКОНОМИСТ

САИДА ТАУКЕЛОВА
ҚҰЖЫҚОРҒАУШЫ, ЕРІКТІ

#ЕЛ ҮШІН ЕГІЛЕМІН
#ВАКЦИНИРУЙСЯ РАДИ

жақындарың
үшін вакцина ал



2 волна коммуникаций:

Обществу нужно
показать радости,
которых они лишились
из-за пандемии, где
вакцинация
единственный путь к
нормальной жизни.

#ЕЛ УШІН ЕГІЛЕМЫҢ
#ВЫБЕРИ ЖИЗНЬ



ВАКЦИНИРУЙСЯ!



#ЕЛ УШІН ЕГІЛЕМЫҢ
#ВЫБЕРИ ЖИЗНЬ

COVID-19 VACCINE



ВАКЦИНИРУЙСЯ!



#ЕЛ УШІН ЕГІЛЕМЫҢ
#ВЫБЕРИ ЖИЗНЬ

COVID-19 VACCINE



ВАКЦИНИРУЙСЯ!





#ЕЛ УШІН ЕГІЛЕМЫҢ
#ЫЫБЕРІ ЖИЗНЬ

ИДЕАЛ



ВАКЦИНИРУЙСЯ!





#ЕЛ УШІН ЕГЛЕМЫН
#ВЫБЕРИ ЖИЗНЬ



ВАКЦИНИРУЙСЯ!

ОТМЕНИ СВОЙ
ДОМАШНИЙ
АРЕСТ



#ЕЛ УШИН БЕГЛЕПМЫН #ЫЫБЕРИ ЖИЗНЬ

ВАКЦИНИРУЙСЯ!

Мерчандайзинг КАМПАНИИ по ВАКЦИНАЦИИ



Майра Измайлова
+7 707 761 0276
Креативное агентство
FUNK

