



אפקטיביות קמפיין אופניים חשמליים מחזירים את המדרכה להולכי הרגל

מוגש ללשכת הפרסום הממשלתית
אוגוסט 2016

לפמ



רקע

בעקבות עלייה דרמטית בחדירת האופניים החשמליים בישראל וכחלק ממהלך כולל להסדרת הרכיבה על אופניים חשמליים, נכנסו לאחרונה תקנות חדשות בנושא לתוקפן. לאור זאת ובהמשך לפעילות קודמת של הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים בנושא אופניים חשמליים, השיקה הרשות בשיתוף משרד התחבורה (יולי '16) קמפיין בשם "מחזירים את המדרכה להולכי הרגל", ואשר מטרתו העיקרית היתה להתמודד עם בעיית הרכיבה על מדרכה בהיבט של היפגעות הולכי רגל.

מטרות הקמפיין:

1. מניעת רכיבה על המדרכה עם אופניים חשמליים
2. יידוע ציבור הרוכבים וההורים לתקנות החדשות ביניהן העלאת גיל המינימום לרכיבה ל-16, חובת חבישת קסדה, תקינות האופניים ועוד
3. מתן כלים וכללים להתנהגות בטוחה של הרוכבים על הכביש

קהלי היעד:

1. רוכבי האופניים
2. הורים לילדים עד גיל 17
3. נהגים

ערוצי המדיה: טלויזיה, אינטרנט, רדיו

מועד הפרסום: מהלך יולי 2016

מטרת המחקר ומתודולוגיה

בחנית אפקטיביות הפרסום באמצעות סקר כמותי לפני הקמפיין ולאחר ירידתו – כל גל באמצעות סקר אינטרנטי בקרב כ-1000 נשים וגברים בגילאי 16 ומעלה, במדגם אקראי ומייצג של האוכלוסיה היהודית.

עבודת שדה:

גל 'לפני': 3.7.16

גל 'אחרי': 17.7.16

אפיון קהל היעד

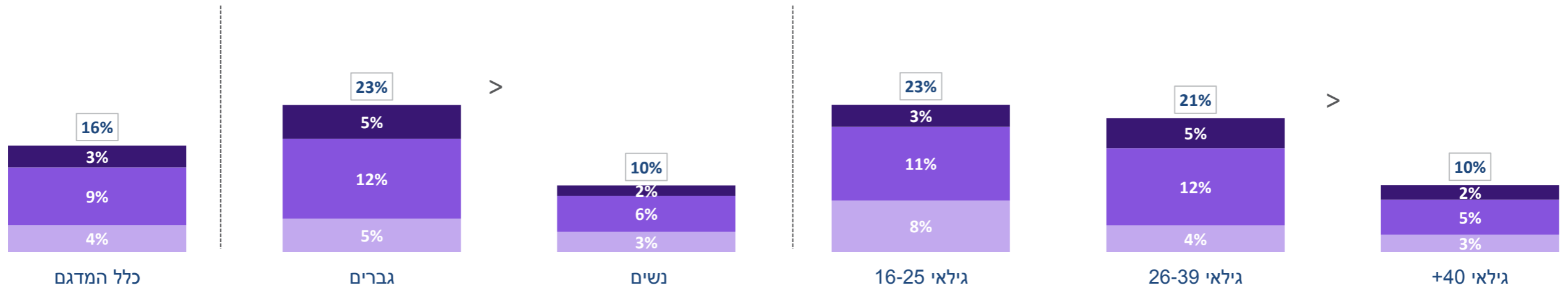


16% מהציבור בגילאי 16 ומעלה מצהירים על שימוש באופניים חשמליים (לפחות אחת לחודש).
הרוכבים מדווחים על שימוש תדיר בכלי תחבורה זה – שלושה מתוך ארבעה רוכבים לפחות אחת לשבוע.
הן שיעור החדירה של אופניים חשמליים והן תדירות הרכיבה גבוהים יותר בקרב גברים ובקרב צעירים.
בנוסף, שיעור לא מבוטל של חמישית ממשקי הבית שיש בהם ילדים, מדווחים על ילד שרוכב.

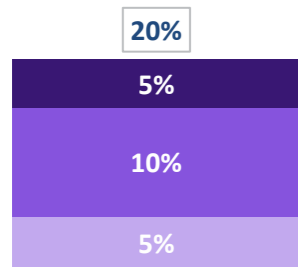
רכיבה על אופניים חשמליים
 נתוני גל 'אחרי קמפיין' (מדגם מייצג של גילאי 16 ומעלה)

סה"כ רוכבים בתדירות חודשית כל יום (כמעט כל יום) 1-4 פעמים בשבוע 1-3 פעמים בחודש

בקרב בוגרים בגילאי +16



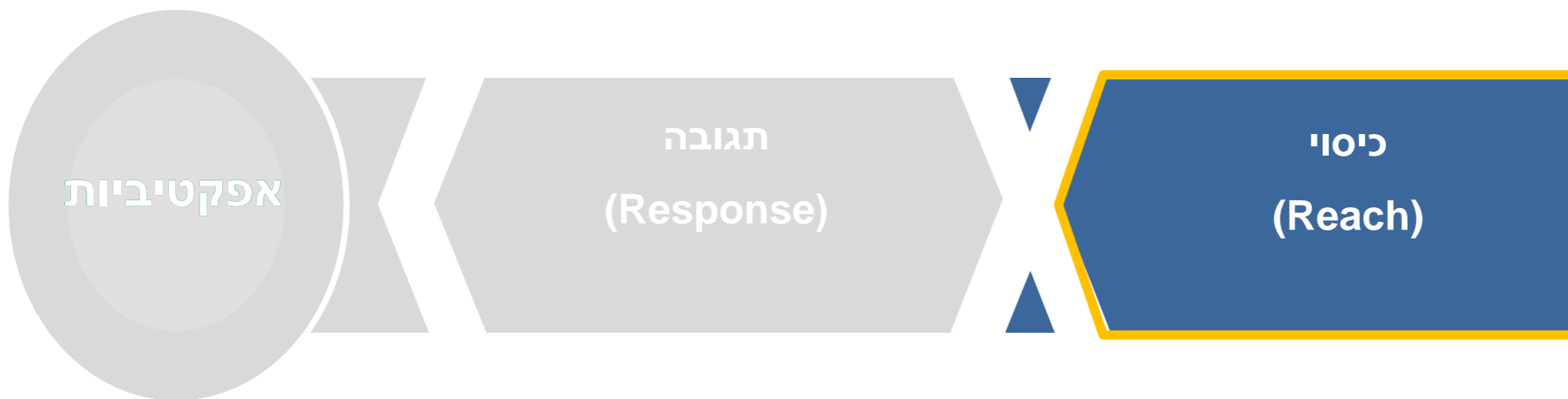
בקרב משקי בית עם ילדים עד גיל 17



גבוה/נמוך בהשוואה לקבוצות אחרות <

את הערכת הכיסוי והתגובה מיישמים תוך שימוש במדדים הבאים:

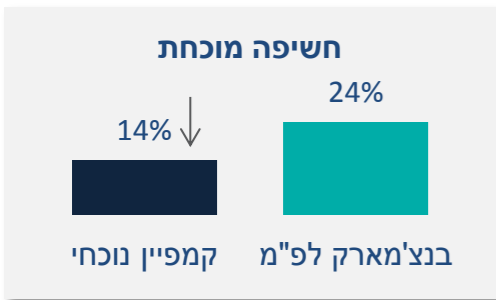
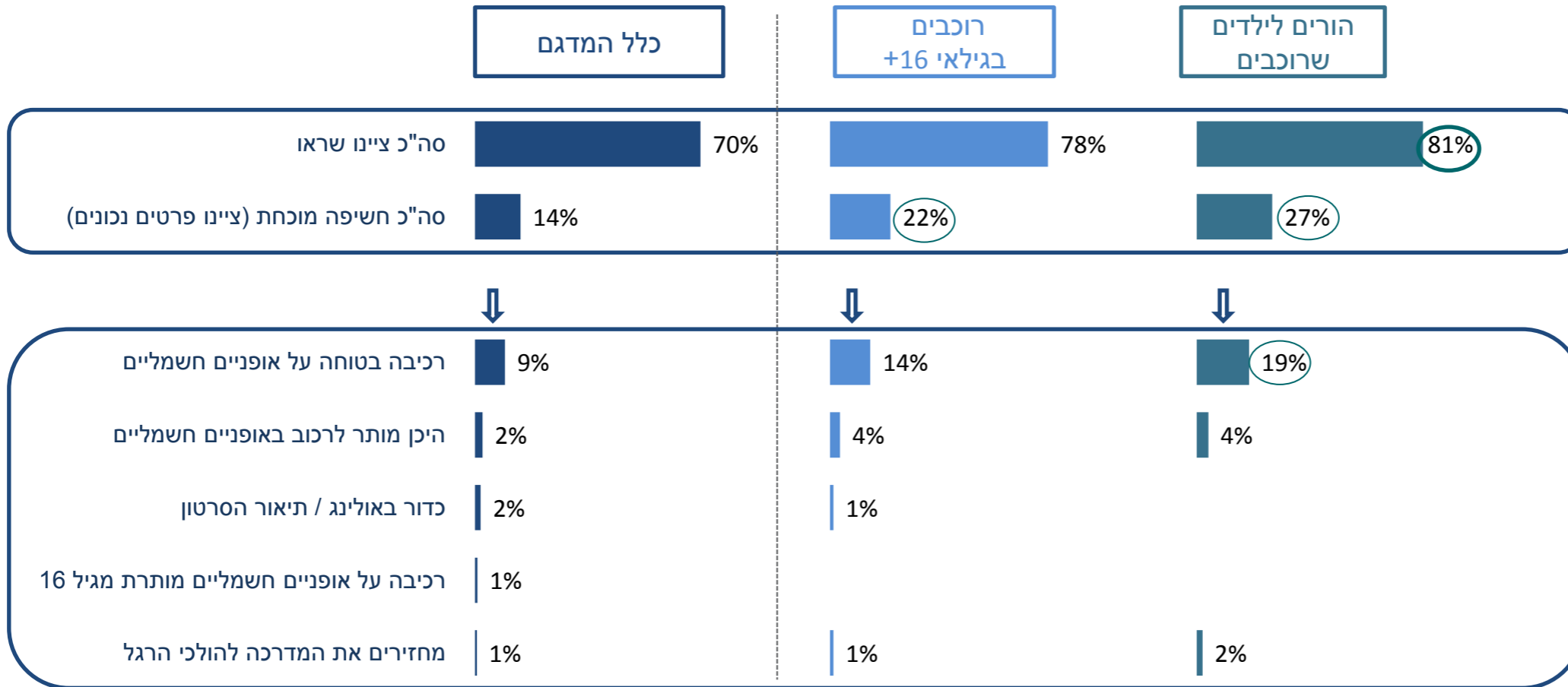




שיעור החשיפה המוכחת לפרסום בתשאל ב"נ נמוך ביחס לממוצע. מבין הפרטים הנכונים שצינו באופן ב"נ רכיבה בטוחה על אופניים חשמליים היא פרט שיחסית צוין יותר. קהלי היעד מפגינים זכירה גבוהה יותר מאחרים.



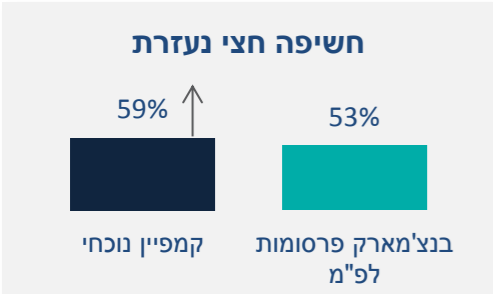
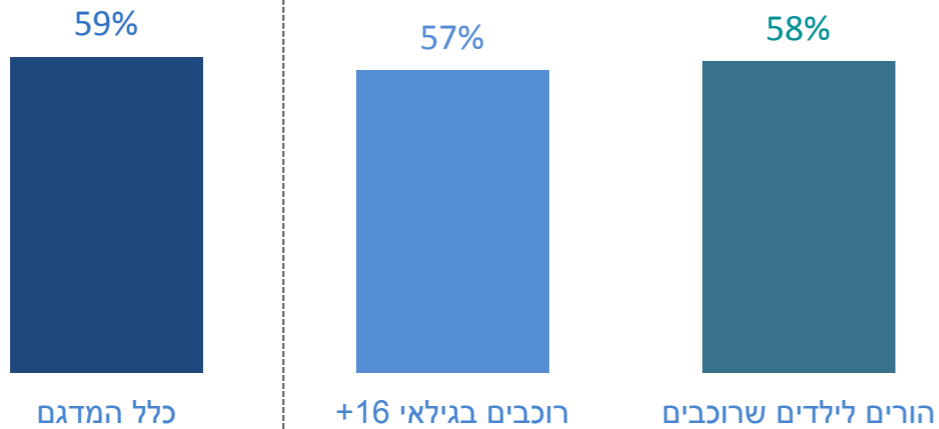
חשיפה בלתי נעזרת



↑↓ גבוה/נמוך מהבנצ'מארק

בולטות בקרב קהל היעד

האם במהלך השבועות האחרונים יצא לך לראות, לקרוא או לשמוע פרסומות של משרד התחבורה והבטיחות בדרכים? אם כן, מה זכור לך מהפרסומות? מה הוצג בהן? מה נאמר בהן?



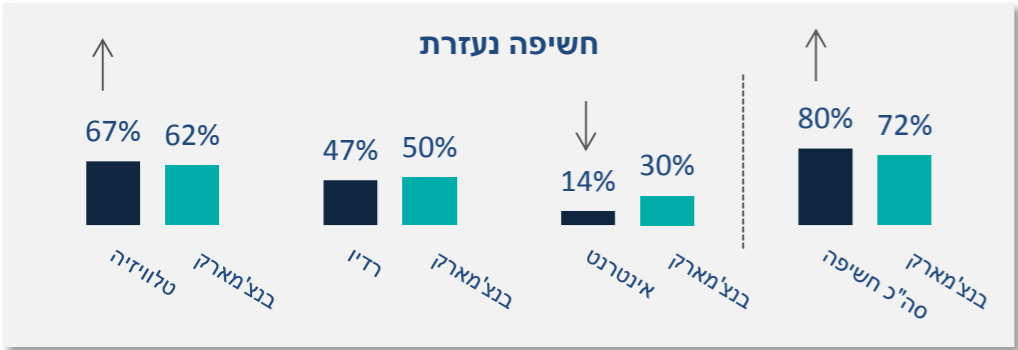
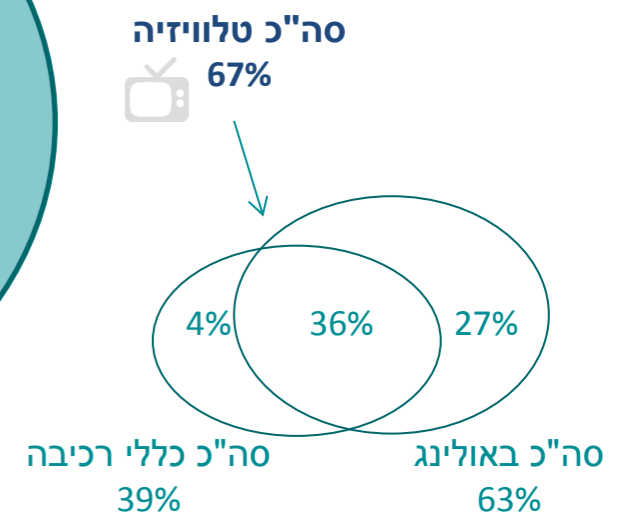
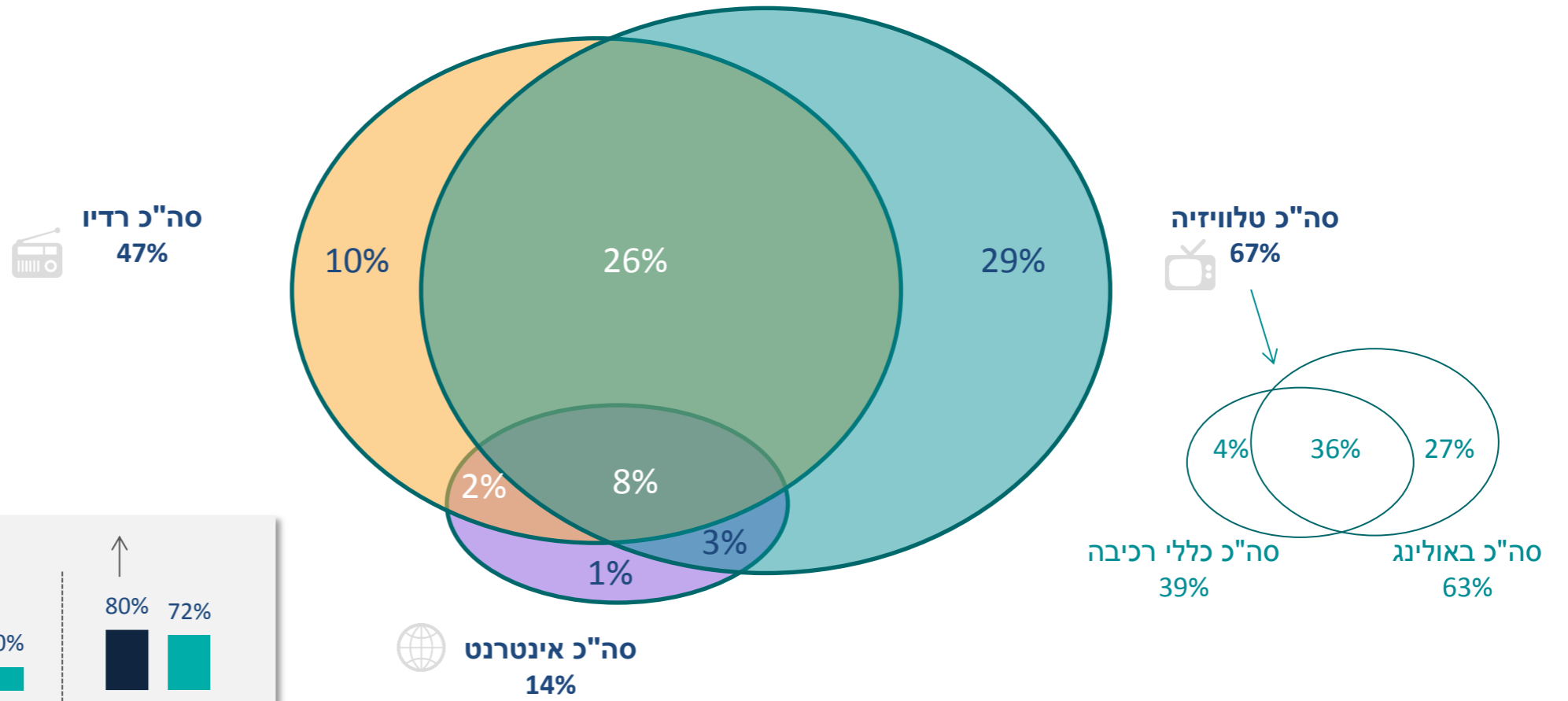
↑↓ גבוה/נמוך מהבנצ'מארק

במהלך השבועות האחרונים שודר באמצעי התקשורת השונים קמפיין של משרד התחבורה בנוגע לרכיבה על אופניים חשמליים. הקמפיין הוצג והושמע בטלוויזיה, באינטרנט, וברדיו. לפניך תמונות לפניך תמונות מתוך הקמפיין. האם יצא לך לראות קמפיין זה?

מעל שלושה רבעים מהציבור נחשף לקמפיין לפחות באחד מערוצי המדיה (גבוה מהממוצע). עיקר החשיפה מקורה בטלוויזיה (גבוה מהממוצע), ובפרט מהקמפיין עם הבאולינג. לרדיו, כמדיה משלימה, תוספת משמעותית לחשיפה.

חשיפה באמצעי המדיה השונים - מעגלי חפיפה

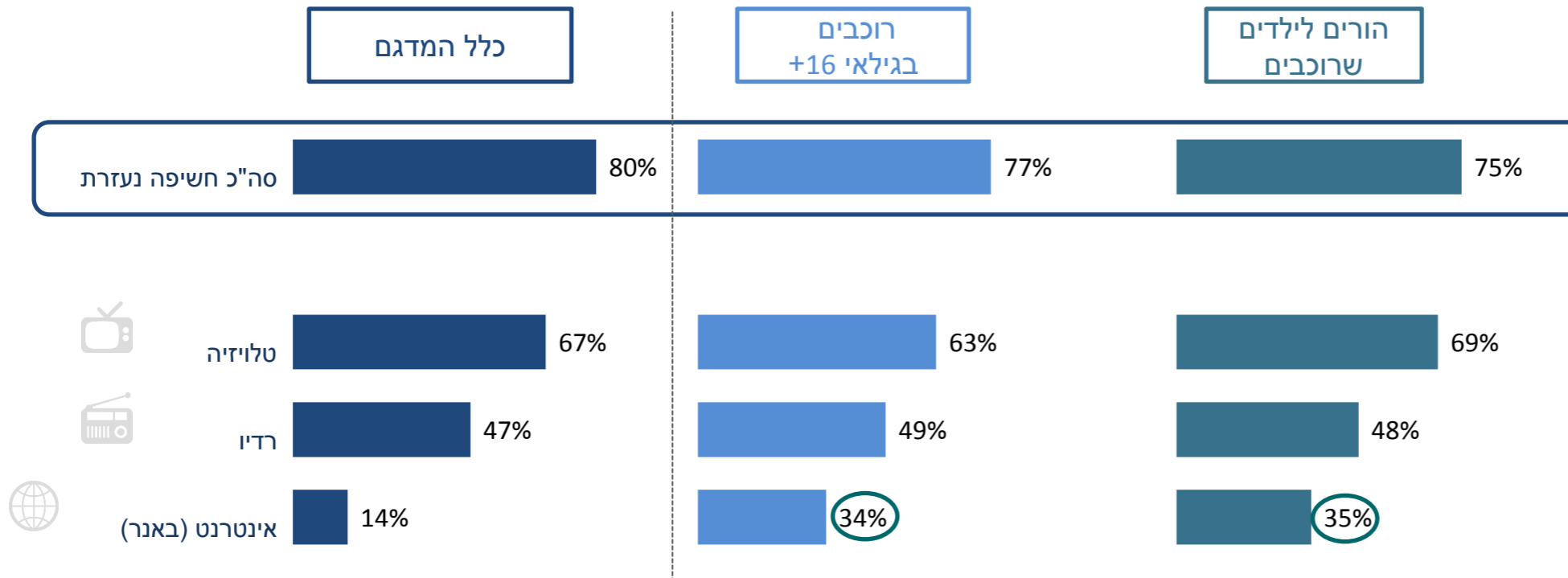
סה"כ נחשפו לפחות באחד מערוצי המדיה
80%



קעת נציין, כי מדובר בקמפיין של משרד התחבורה שמטרתו להדגיש את כללי הרכיבה על אופניים חשמליים ורכיבה רק בשבילי אופניים או בכביש. להלן הפרסומת שהוצגה בנושא. האם יצא לך לראות פרסומת ספציפית זו בטלוויזיה? והאם יצא לך לראות פרסומת זו בטלוויזיה? הקמפיין הוצג גם באינטרנט. האם יצא לך לראות פרסומת זו באינטרנט או דומה לה? הקמפיין שודר גם ברדיו. האם יצא לך לשמוע פרסומת זו ברדיו או דומה לה?

החשיפה לקמפיין באינטרנט, בקרב קהלי היעד, הייתה משמעותית מוצלחת יותר.

חשיפה נעזרת לפי אמצעי מדיה



בולטות בקרב קהל היעד



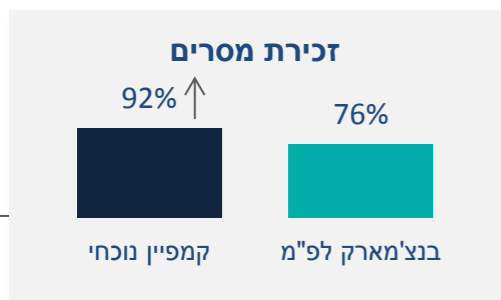
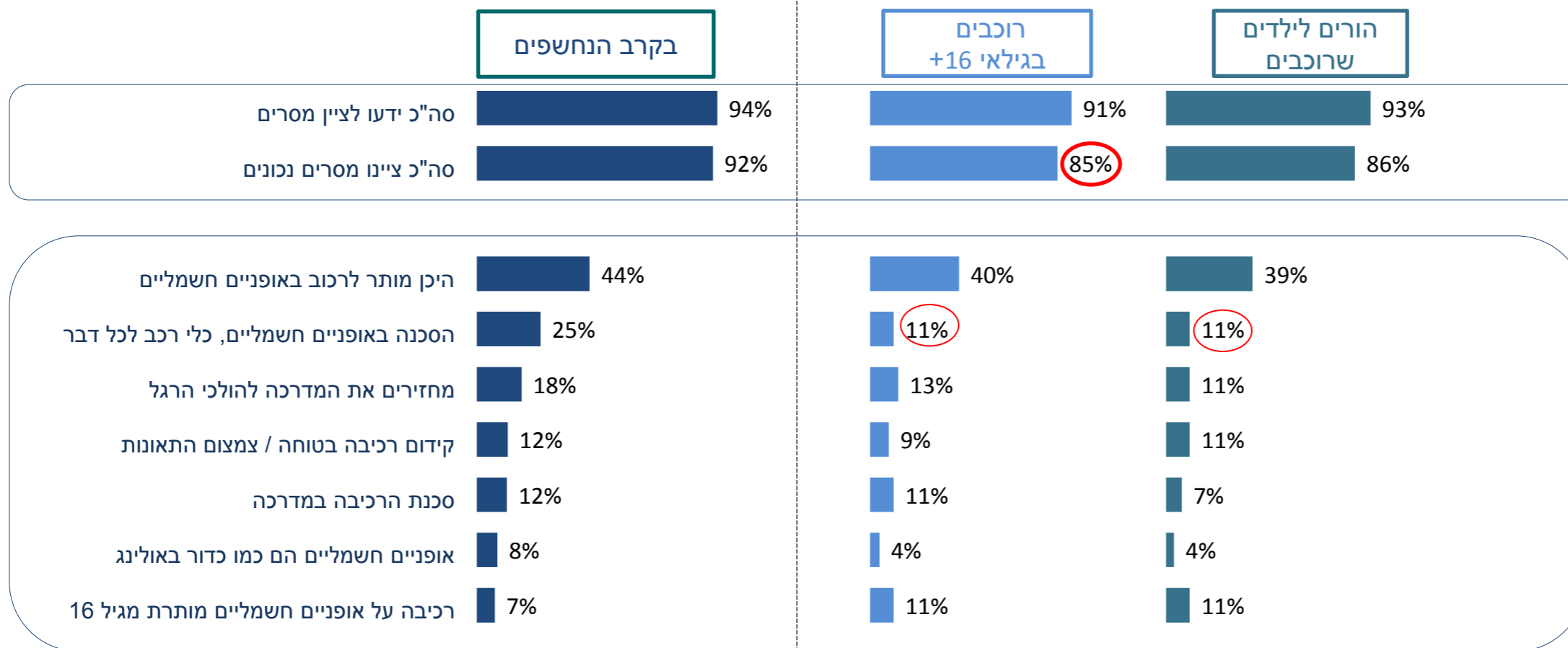
זכירות המסרים גבוהה מאד, שכן כמעט כל הנחשפים (בתשאל נעזר למחצה) ידעו לציין מסרים, ושיעור כמעט אבסולוטי מביניהם ידעו לציין מסרים נכונים. המסר הזכיר ביותר הוא היכן מותר לרכוב.

מסר הסכנה על אופניים חשמליים, שתוקשר בקמפיין, נצרב טוב יותר בזיכרונם של אלו שאינם רוכבים, דבר המצביע, באופן מתבקש, על כך שקהל זה מתייחס לאופניים חשמליים ככלי מסוכן יותר מאלו הרוכבים עליו.



זכירת מסרים

בקרב הנחשפים באופן חצי נעזר (59% מהמדגם)



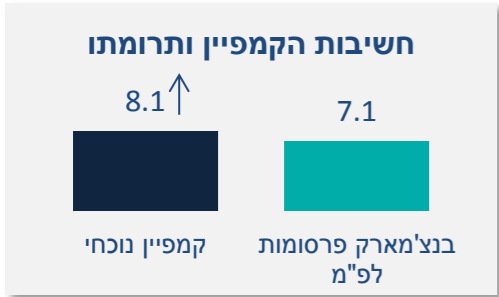
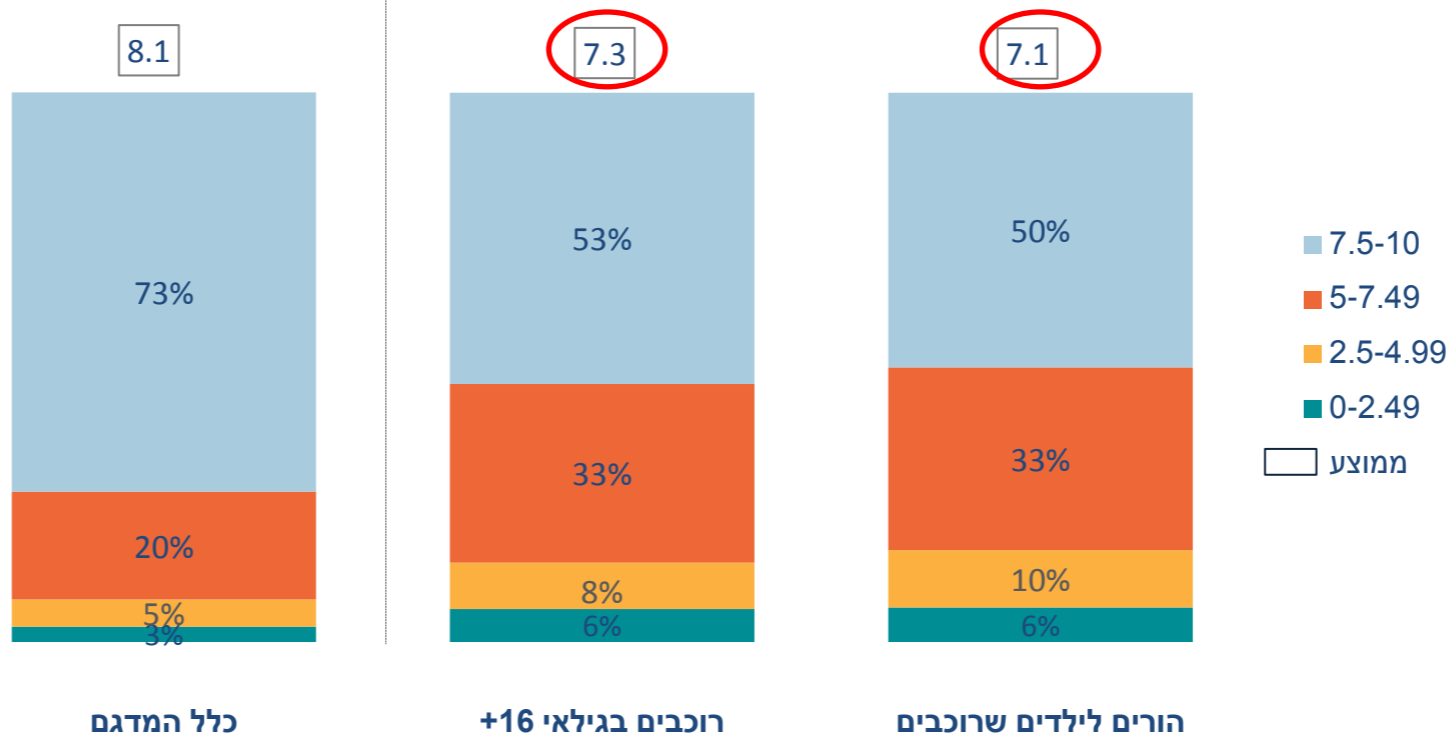
↑↓ גבוה/נמוך מהבנצ'מארק

בולטות בקרב קהל היעד

האם זכור לך המסר אותו רצה הקמפיין להעביר?

הקמפיין נתפס כחשוב ותורם לציבור במידה גבוהה ומשמעותית יותר מהמוצע. עם זאת, ניתן להסיק שמסר הירידה מהמדרכה נתקל בהתנגדות קהל הרוכבים ולכן תפיסתו כחשוב ותורם נמוכה יותר.

תפיסת חשיבות הקמפיין ותרומתו לציבור



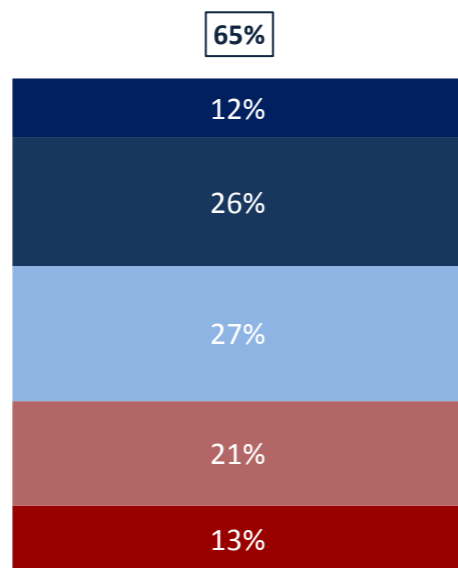
בולטות בקרב קהל היעד

עד כמה אתה חושב שקמפיין זה של משרד התחבורה חשוב ותורם לציבור?

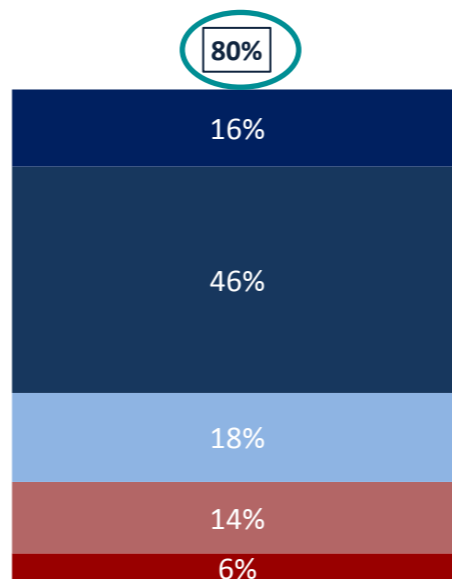
רכיבה על אופניים חשמליים כשלעצמה פחות רלוונטית לכלל הציבור, בהשוואה לקמפיינים אחרים. באופן מתבקש, רמת הרלוונטיות גבוהה משמעותית בקרב קהל היעד.

תפיסת הקמפיין כרלוונטי

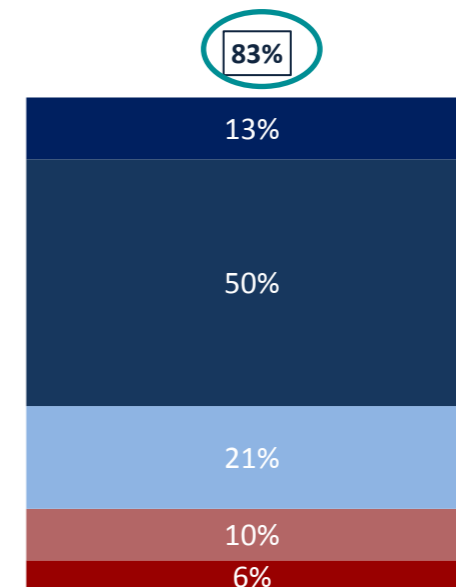
■ מאוד מעסיק
 ■ די מעסיק
 ■ ככה ככה
 ■ לא כל כך מעסיק
 ■ כלל לא מעסיק



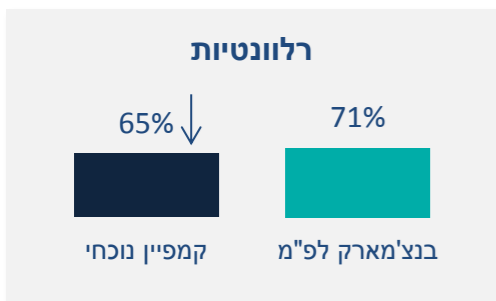
כלל המדגם



רוכבים בגילאי +16

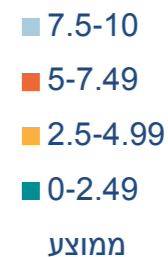
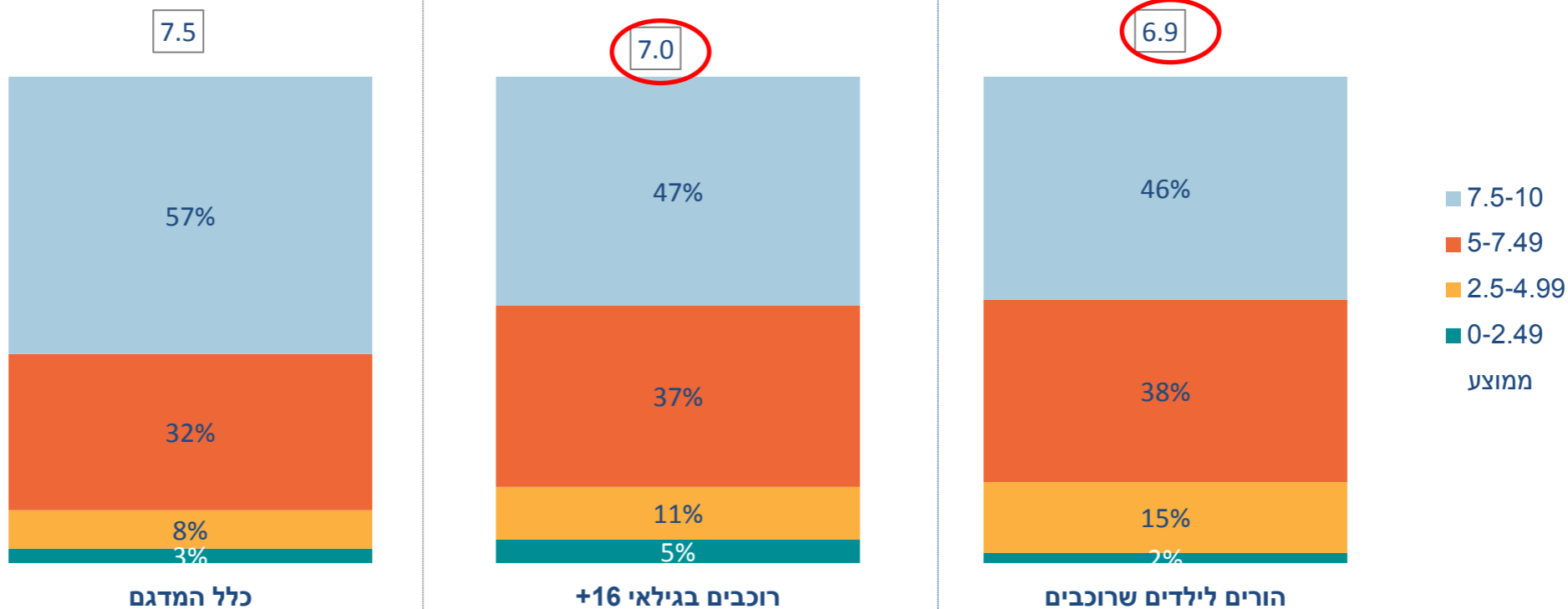


הורים לילדים שרוכבים



בולטות בקרב קהל היעד

באיזו מידה נכון או לא נכון לומר שנושא רכיבה על אופניים חשמליים מעסיק אותך באופן אישי?

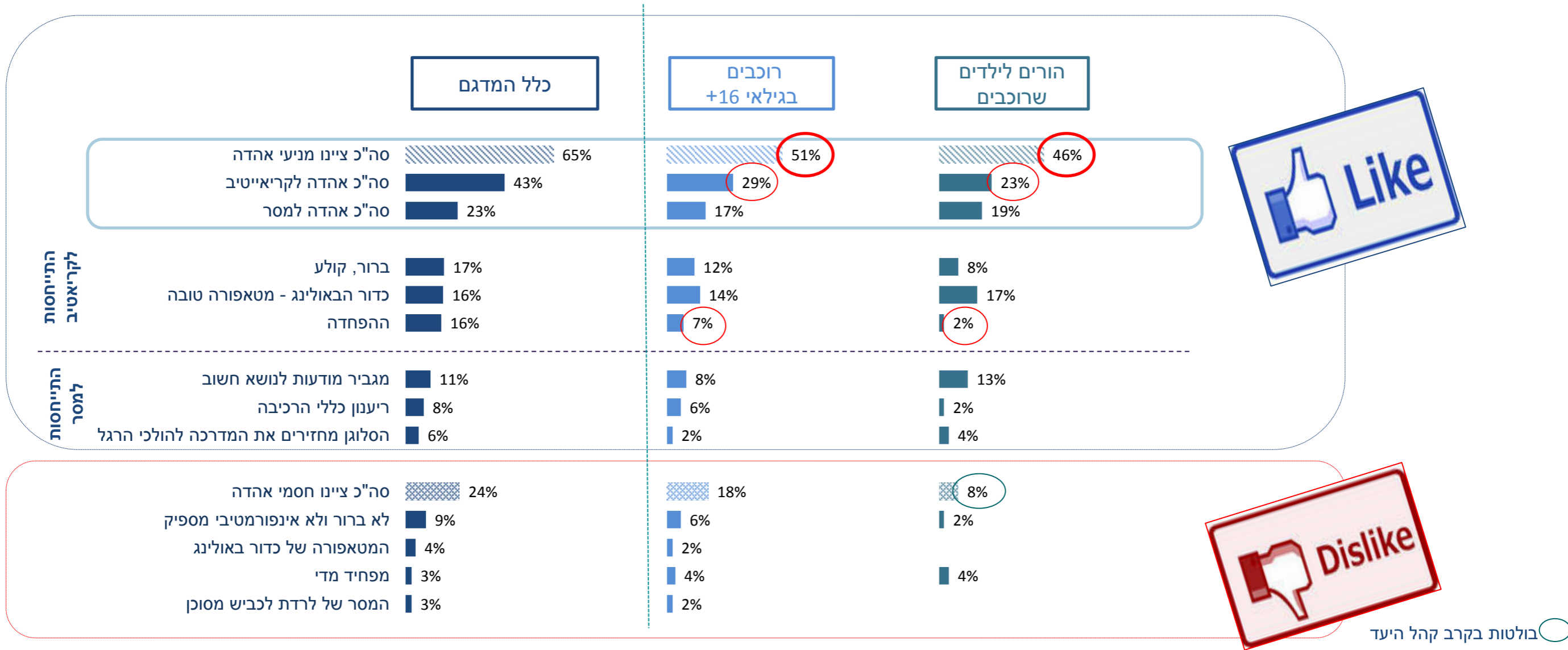


בולטות בקרב קהל היעד

עד כמה פרסומות אלו של משרד התחבורה שראית מצאו או לא מצאו חן בעיניך?

את עיקר האהדה לקמפיין יוצר הקריאייטיב – המטפורה של כדור הבאולינג והשימוש בהפחדה צוינו יחסית יותר. הסנטימנט השלילי נמוך מאד בהשוואה לחיובי, וההסבר הבלתי מספק של החוק הוא הבולט בחסמים שצוינו. ושוב, באופן מתבקש, קהלי היעד מציינים פחות מניעים לאהדה בהשוואה לאלו שאינם רוכבים.

מניעי וחסמי אהדה

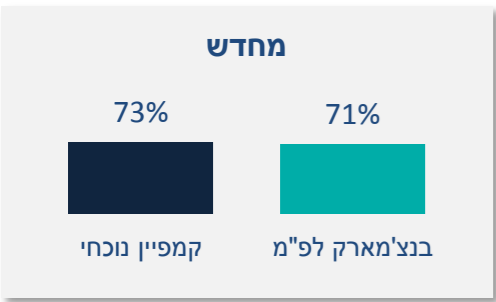
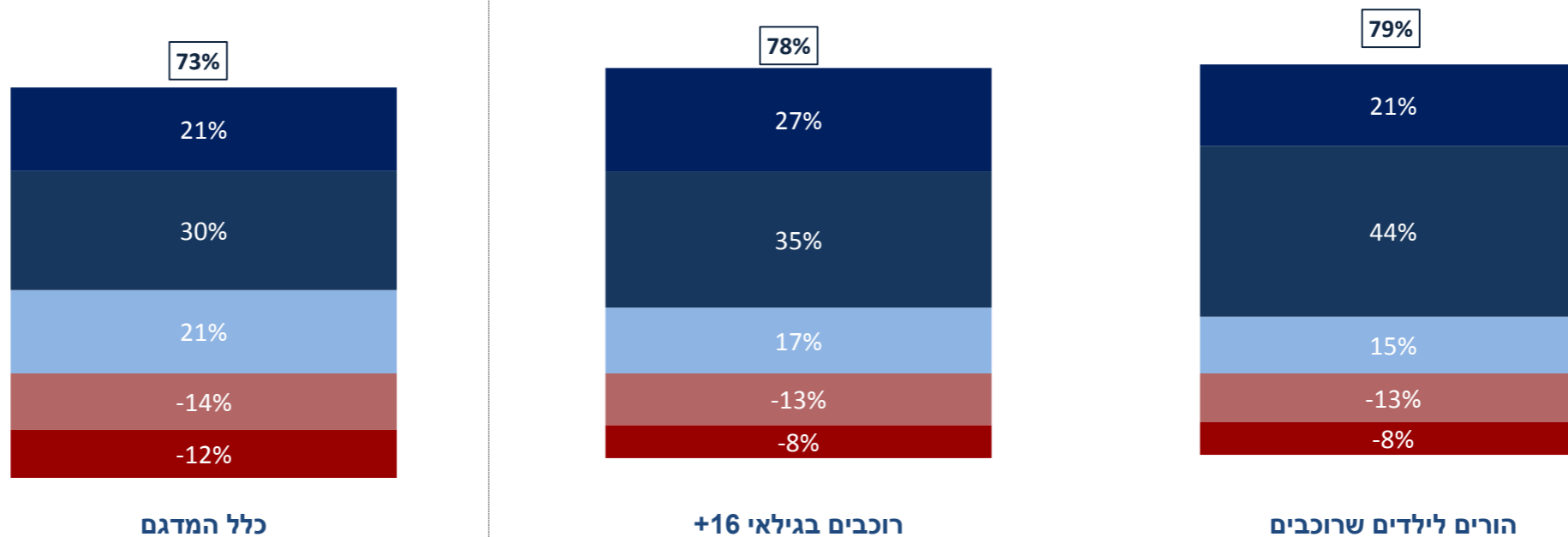


האם היו דברים שאהבת במיוחד בקמפיין? האם היו דברים שהפריעו לך, הרגיזו אותך או שהיו לא מובנים בקמפיין זה?

הפרסומת חידשה בנוגע להיתר רכיבה על אופניים חשמליים בדומה לקמפיינים אחרים. קהלי היעד מדווחים כי הפרסומת מחדשת להם בנוגע להיתר הנ"ל בשיעור גבוה מעט יותר

תפיסת הקמפיין כמחדש

■ מאוד נכון
 ■ די נכון
 ■ ככה ככה
 ■ לא כל כך נכון
 ■ כלל לא נכון



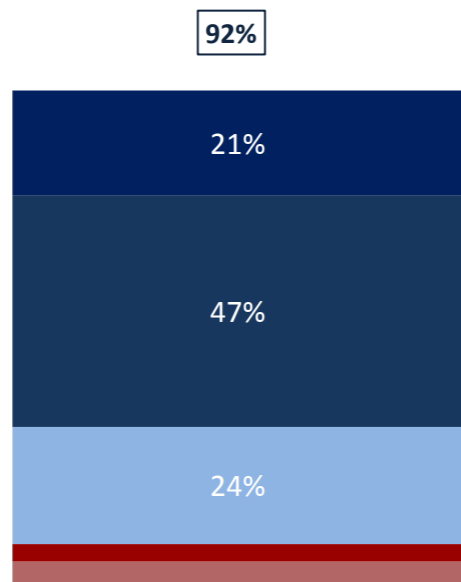
באיזו מידה נכון או לא נכון לומר שהפרסומת חידשה לך אודות ההיתר לרכוב על אופניים חשמליים רק בשבילי אופניים ובכביש?



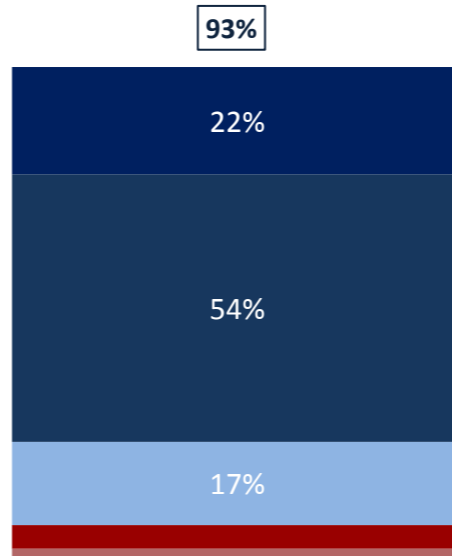
הקמפיין נתפס כמשכנע מאד בהשוואה לממוצע פרסומות אחרות, גם לדעת קהלי היעד (לפחות ברמה ההצהרתית). עם זאת, יש לזכור שהקמפיין מבקש לעודד ציות לחוק ויש להניח שערכים אלו משקפים מידה לא מבוטלת של רציה חברתית.

תפיסת הקמפיין כמשכנע

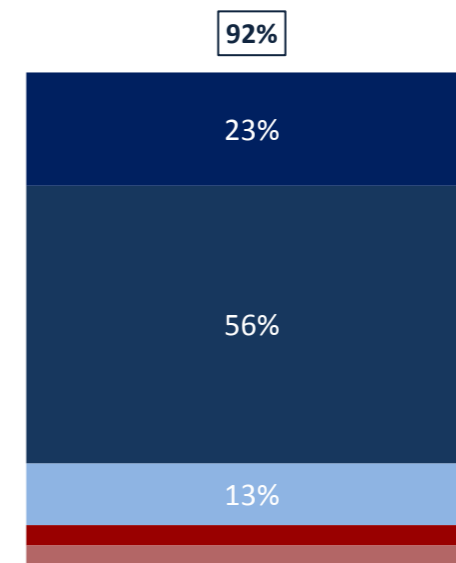
■ מאוד משכנע ■ די משכנע ■ ככה ככה ■ לא כל כך משכנע ■ כלל לא משכנע



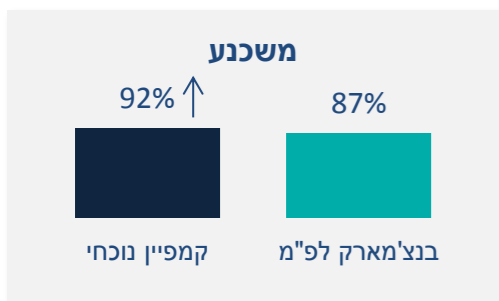
כלל המדגם



רוכבים בגילאי +16



הורים לילדים שרוכבים



באיזו מידה לדעתך הקמפיין משכנע את הציבור להישמע להוראות הבטיחות ברכיבה על אופניים חשמליים ולרכוב רק בשבילי אופניים או בכביש?



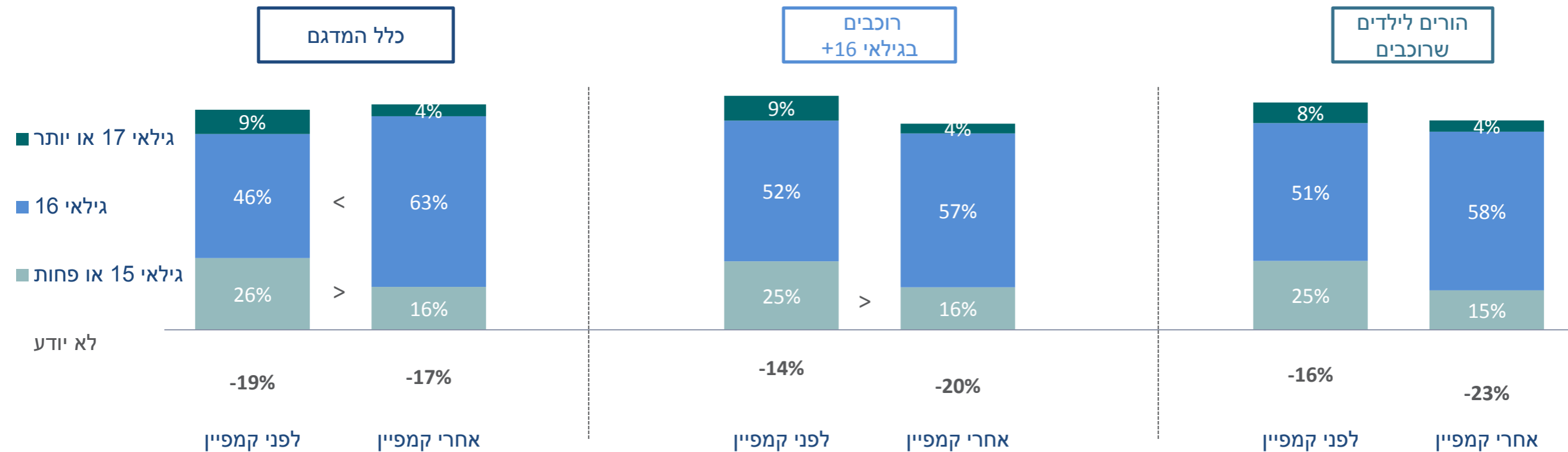
תגובה
(Response)

כיסוי
(Reach)



הקמפיין בהחלט תרם להעלאת המודעות לגיל המינימום לרכיבה.

מודעות לגיל המינימום לרכיבה על אופניים חשמליים

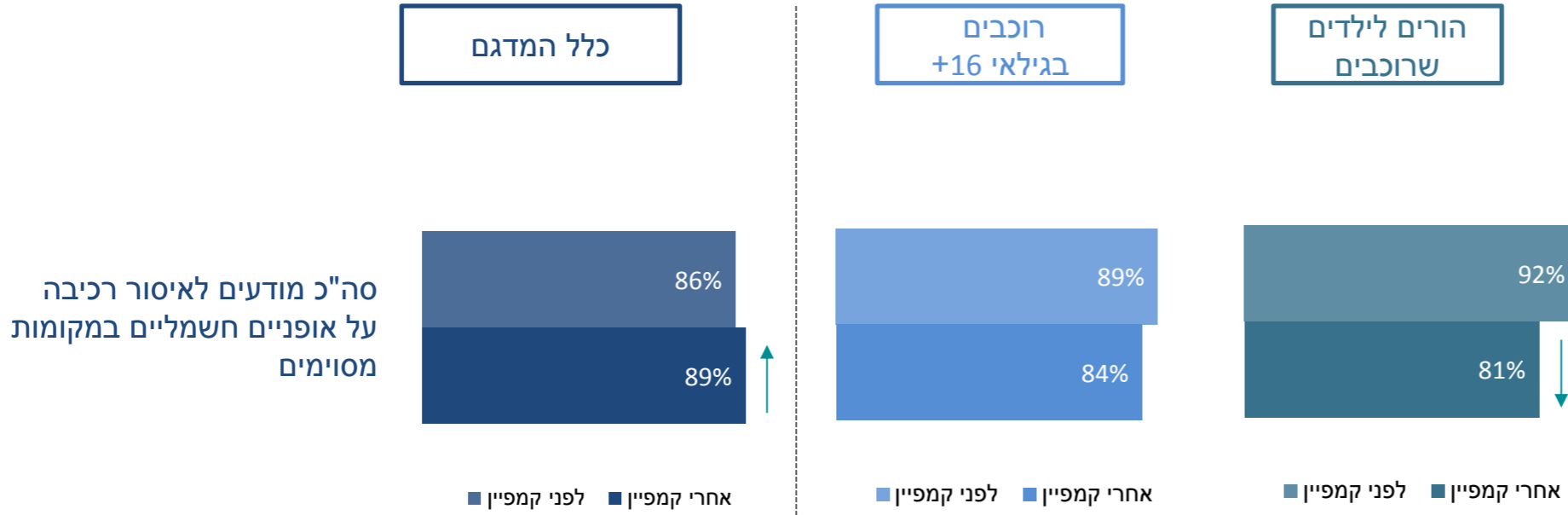


הבדל מובהק בין לפני / אחרי קמפיין <

על פי ידיעתך, מאיזה גיל מותרת הרכיבה על אופניים חשמליים?

הקמפיין תרם להעלאת המודעות לאיסור רכיבה במקומות מסוימים, אשר נובעת מקהל הלא רוכבים על גבי אופניים חשמליים.

מודעות לאיסור רכיבה על אופניים חשמליים במקומות מסוימים

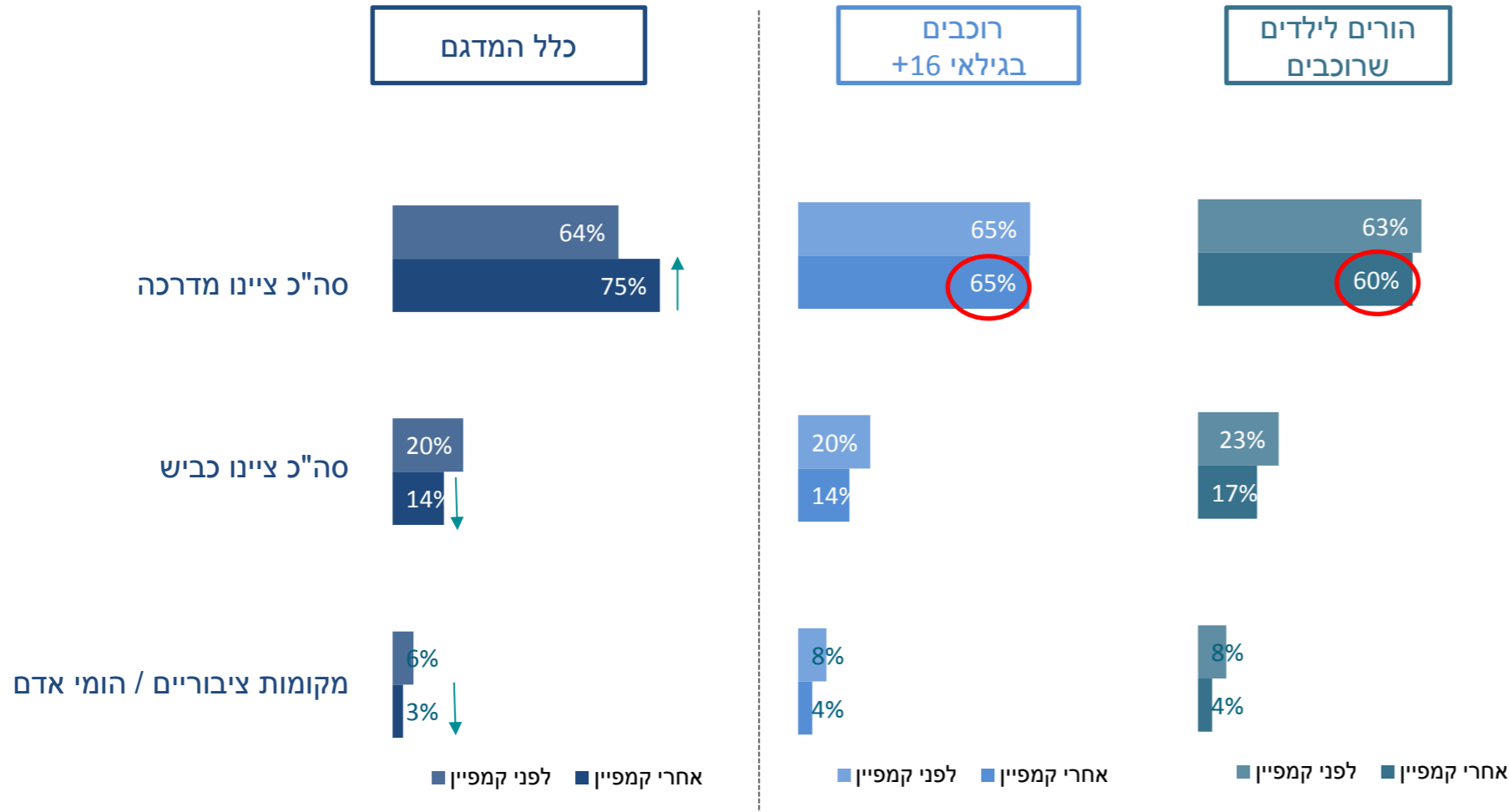


↑ הבדל מובהק בין לפני / אחרי קמפיין

על פי ידיעתך, האם ישנם איסורים כלשהם לרכיבה על אופניים חשמליים במקומות מסוימים?

הקמפיין תרם להעלאת המודעות לאיסור רכיבה בעיקר על גבי מדרכות, ותרם להבנה כי ישנם מיקרים בהם ישנו הכרח לרכוב על הכביש.

מודעות ב"נ נעזרת למקומות בהם אסורה רכיבת אופניים חשמליים - בקרב המודעים לאיסור רכיבה במקומות מסוימים



בולטות בקרב קהל היעד
הבדל מובהק בין לפני / אחרי קמפיין

למציינים שיש איסורים: על פי ידיעתך, היכן אסור לרכוב על אופניים חשמליים?

הקמפיין תרם להעלאת מודעות ההורים לחובת חבישת קסדה בכל רכיבה של ילד עד גיל 18, בפרט בקרב הורים לילדים שאינם רוכבים על גבי אופניים חשמליים

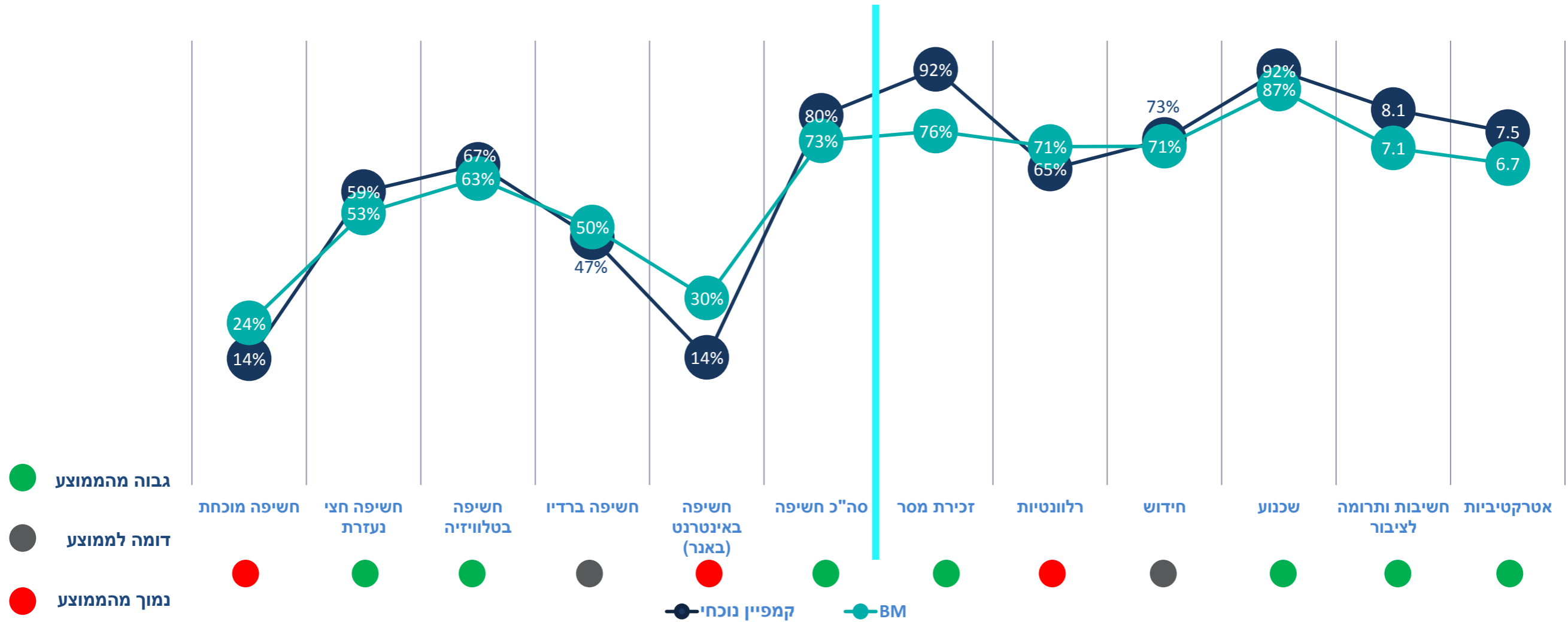
מודעות הורים לחובת חבישת קסדה לרוכבים עד גיל 18 על אופניים חשמליים



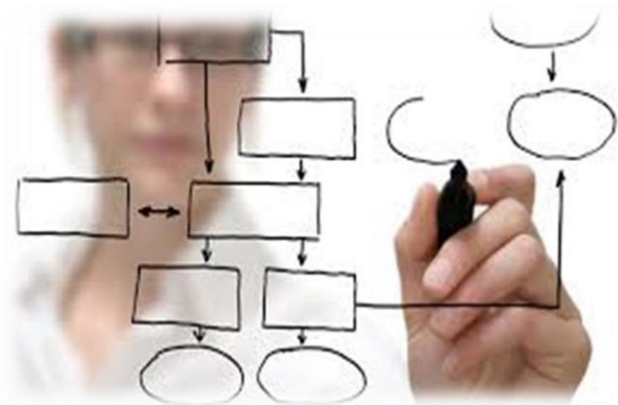
בולטות בקרב קהל היעד
הבדל מובהק בין לפני / אחרי קמפיין

הורים לילדים: על פי ידיעתך, אילו מבין המשפטים הבאים ניתן לומר לגבי רכיבה על אופניים חשמליים...?





- קמפיין אופניים חשמליים הצליח להשיג רמת חשיפה לרוב גבוהה מהממוצע, כאשר נראה שמבין אמצעי המדיה השונים, האינטרנט הצליח טוב יותר ב'טירגוט' קהלי היעד.
- גם מדדי התגובה כלפי הקמפיין גבוהים: המסרים זכירים, הקמפיין אהוד ונתפס כחשוב מאד ומשכנע לפעול לפיו.
- עדיין קיימים חסמים של הרוכבים (קהל היעד) 'לרדת מהמדרכה'. הדבר בא לידי ביטוי בזכירת מסרים (בפרט הסכנות) נמוכה יותר, בהשוואה לאלו שאינם רוכבים, כמו גם בתפיסת חשיבות הקמפיין והאהדה אליו.
- יחד עם זאת, המודעות לחוקים השונים, הכוללים איסור רכיבה במקומות מסוימים וחובת חבישת קסדה עד גיל 18 עולה לאחר קמפיין בקרב קהל הלא רוכבים, דבר המצביע על ידע מוקדם רחב יותר הקיים זה מכבר בקרב הרוכבים על אופניים חשמליים.
- באופן כללי ניכר, כי הקמפיין השיג את מטרתו, שכן הצליח לשפר את המודעות לאיסור רכיבה על מדרכה, וכן את המודעות לגיל המינימום לרכיבה על אופניים חשמליים.
- בנוסף, הצליח הקמפיין לשפר את המודעות, בקרב ההורים, לחובת חבישת קסדה, של ילדים עד גיל 18, ברכיבה על אופניים חשמליים.





תודה
רבה