

# סיכום תוצאות מחקר אפקטיביות פרסום קמפיין משרד הבריאות בנושא רחצה בטוחה



## עלויות הקמפיין (כפי שהועברו מלפ"מ, במונחי ברוטו, ללא מגזרים)

- טלוויזיה – 1,700,000 ₪
- אינטרנט- 40,000 ₪
- רדיו- 115,000 ₪

## נושאי בדיקה

- זכירות הקמפיין – עמוד 7
- עמדות לגבי הקמפיין – עמוד 12
- השפעת הקמפיין על עמדות - עמוד 16

## מטרות הקמפיין

- העלאת המודעות לסכנה ברחצה ללא מציל בחופי ישראל.

## מתודולוגיה

- סקר אינטרנטי באמצעות הפאנל האינטרנטי שבשימוש Market Watch.
- סקר אחרי קמפיין בוצע בתאריכים 6-7 ביולי 2014

## מדגם

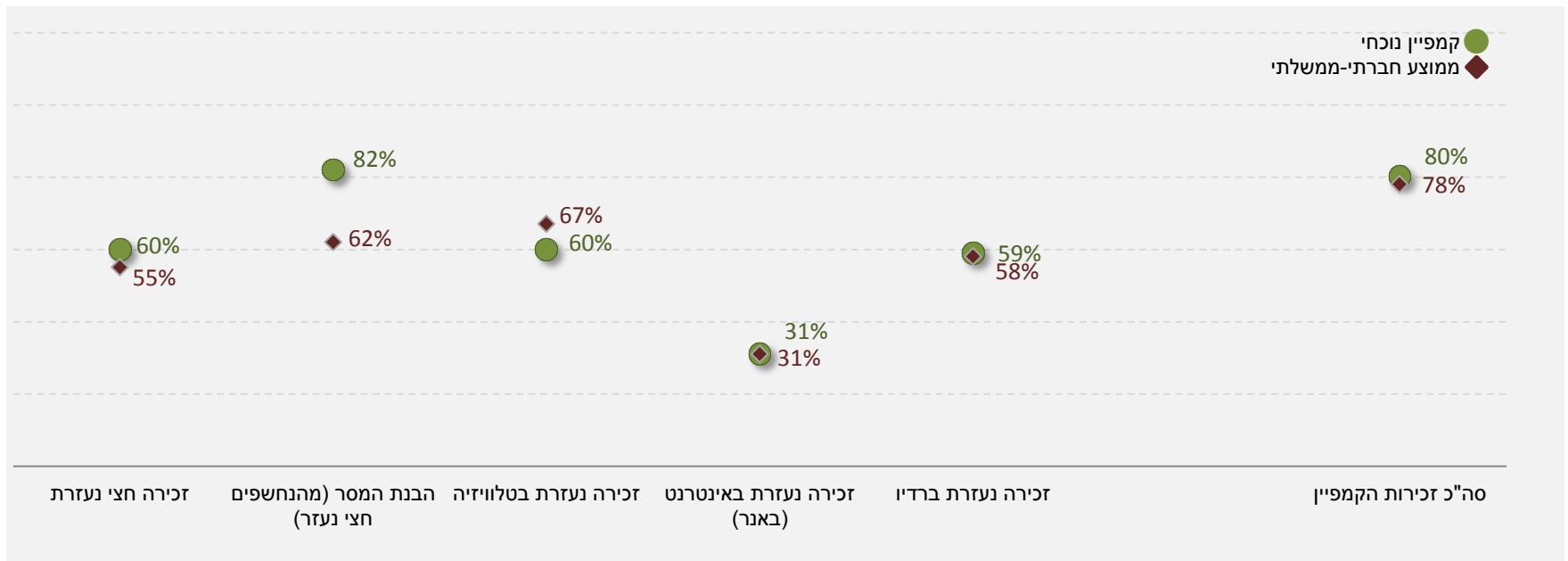
- 505 מרואיינים במדגם כלל ארצי מייצג, גילאי 14 ומעלה, ללא חרדים



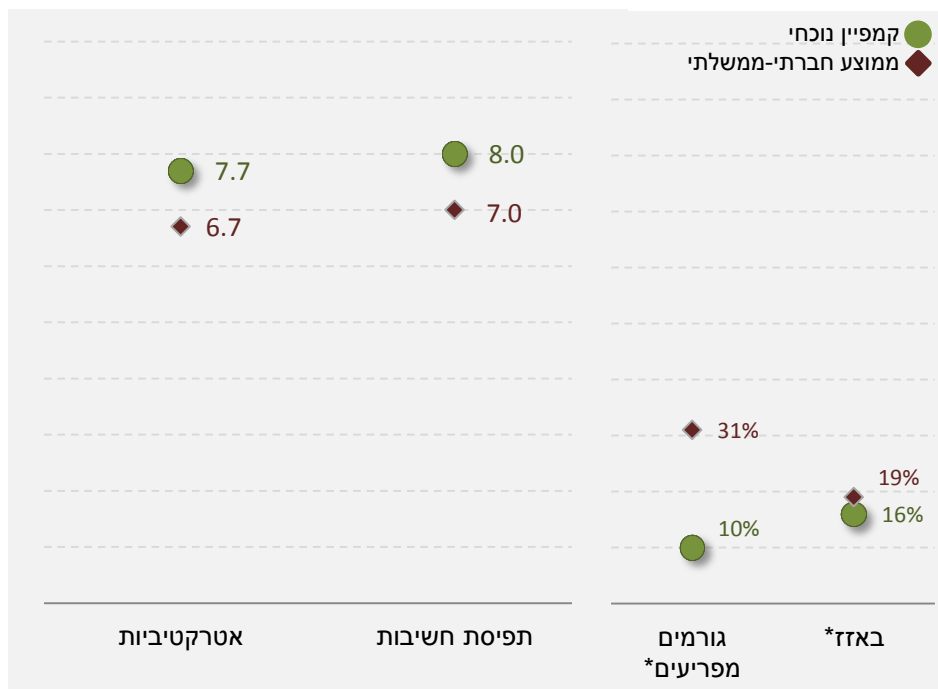
# סיכום

# זכירות הקמפיין

- הזכירות החצי נעזרת של הקמפיין טובה ומעט גבוהה מהממוצע. הבנת המסר בקרב אלה שזכרו את הקמפיין גבוהה מאוד, ורוב אלה שזוכרים את הקמפיין ידעו לציין במדוייק את המסר שלו.
- זכירות הקמפיין באופן נעזר עומדת על 80% מהמשיבים, ודומה לממוצע (למרות השקעה כוללת נמוכה יחסית).
- בניתוח אמצעי המדיה עולה כי הפרסומת בטלוויזיה מגיעה לזכירות גבוהה יחסית, בעוד שזכירות הקמפיין באינטרנט וברדיו דומה לממוצע (אך בהשקעה נמוכה).



\*מבוסס על מספר מחקרים נמוך יחסית (n=16)



**אטרקטיביות הקמפיין גבוהה בהשוואה לממוצע הקמפיינים. אלה שזוכרים את הקמפיין ציינו מעט מאוד אלמנטים שהפריעו להם. הקמפיין נתפס כחשוב מאוד ובעל תרומה גבוהה, אך למרות זאת, לא עורר באזז.**

\* יש להתייחס להשוואה לבנצ'מרק גורמים מפריעים ובאזז בזהירות, כיוון שמבוסס על מספר נמוך של מחקרים (n=17)

- חשיבות נוכחות של מציל לרחצה בטוחה מהווה קונצנזוס –  
הן ברמה התפיסתית ("מה נחשב כרחצה בטוחה") והן ברמה  
ההתנהגותית ("מתי אתה באופן אישי נכנס לרחוץ בים").
- בנושא זה, לא נמצאו הבדלים בין אלה שזוכרים את הקמפיין  
לאלה שאינם זוכרים.

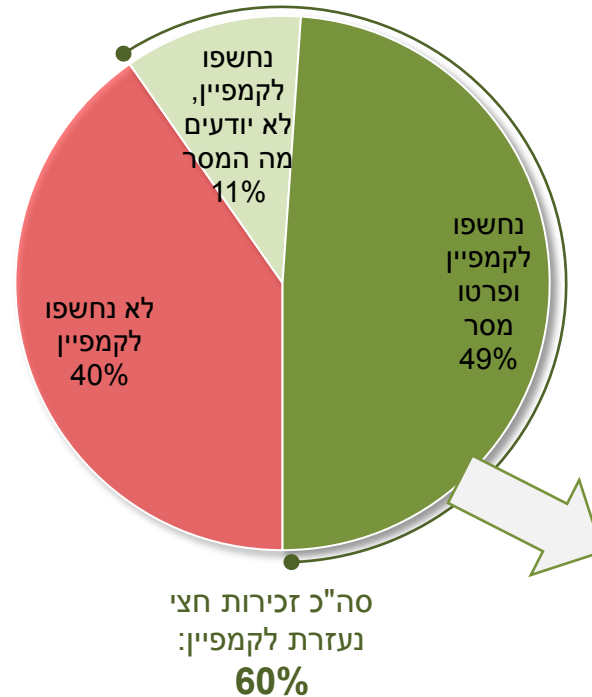


# פירוט הממצאים

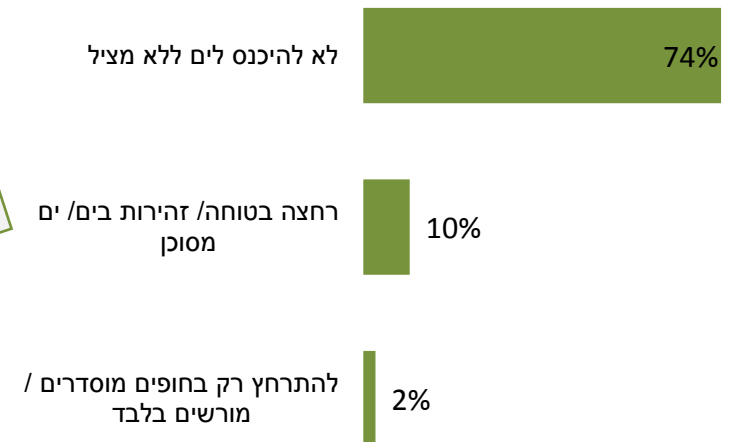
## זכירה חצי נעזרת לקמפיין כלל המדגם

**60% מהמשיבים זוכרים את הקמפיין באופן חצי נעזר** (זיהוי של הקמפיין על סמך תמונות מהפרסומת, ללא הצגת המסר) – **הישג הגבוה מעט בהשוואה לממוצע הקמפיינים.**

**בקרב אלה שזוכרים כי ראו את הקמפיין, הבנת המסר טובה וגבוהה מהממוצע (82% מאלו שנחשפו זכרו מסר כלשהו). לא ניכר בלבול במסרים.**



### הבנת מסר (בקרב נחשפים לקמפיין):



במסך מצד ימין מופיעות תמונות מתוך קמפיין שהופיע לאחרונה באמצעי התקשורת. האם יצא לך לראות את הקמפיין? האם זכור לך המסר אותו רצה הקמפיין להעביר? (שאלה פתוחה, מוצגות תשובות עיקריות)

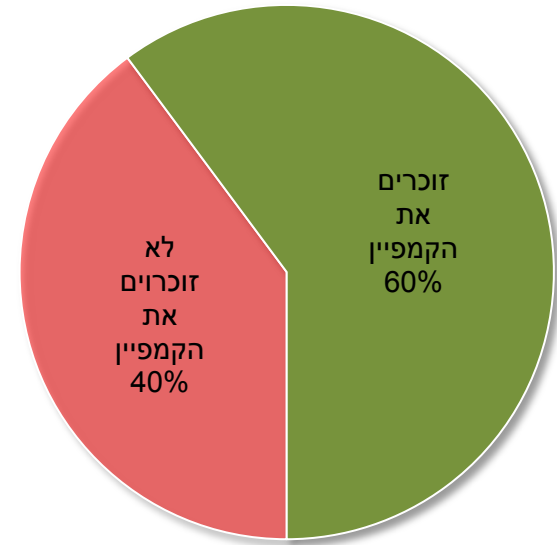
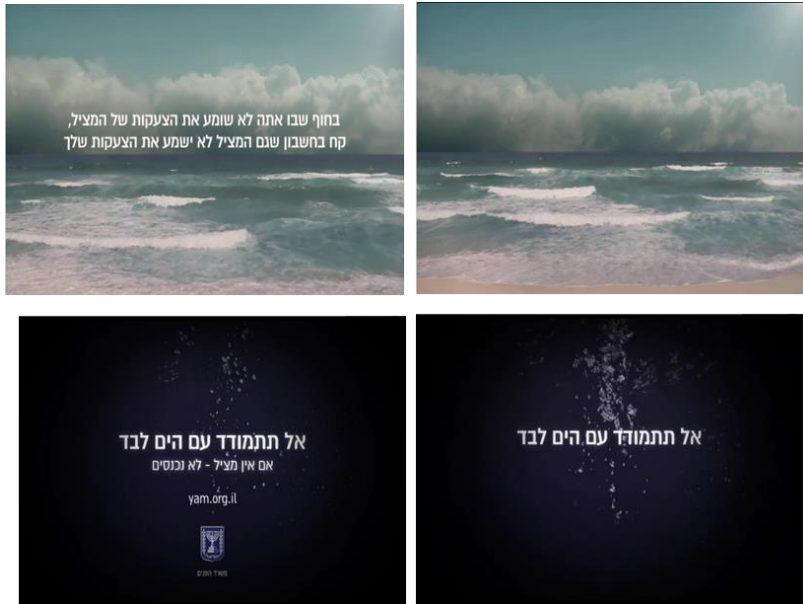


## זכירה נעזרת לקמפיין בטלוויזיה כלל המדגם



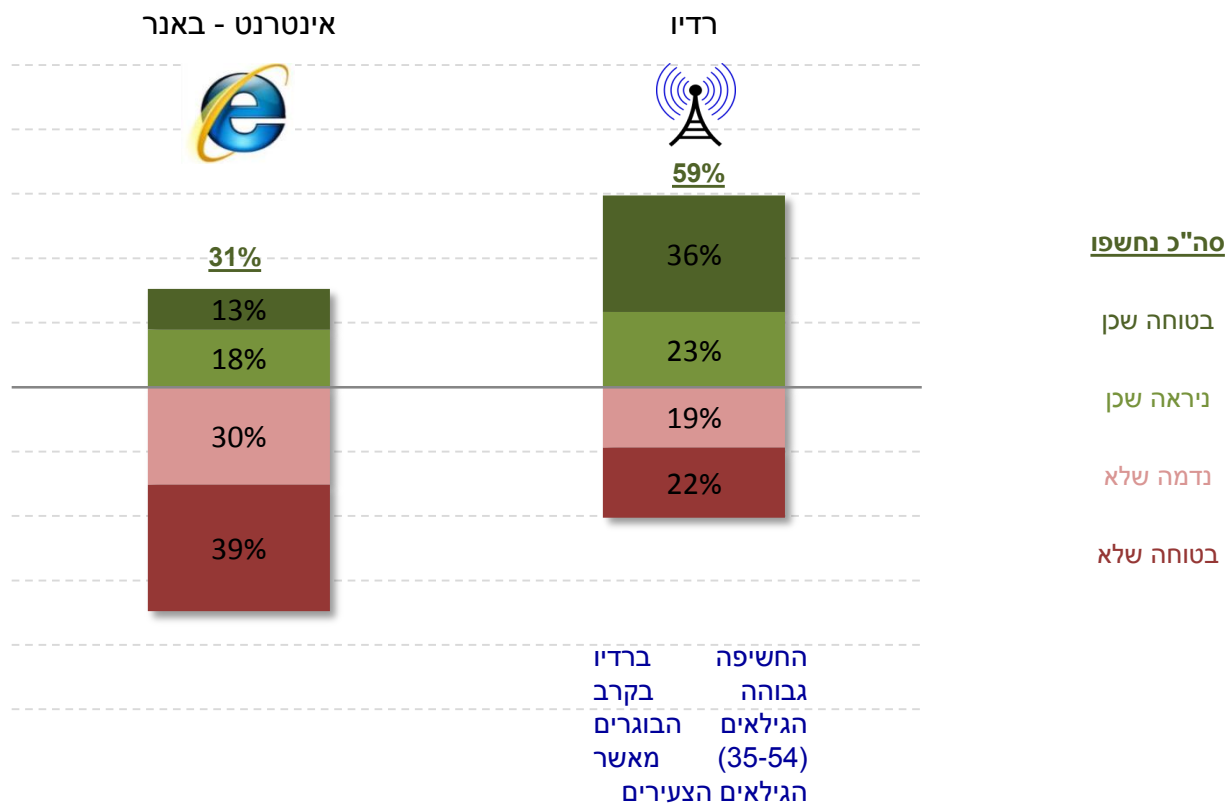
**לאחר חשיפת המסר שיעור הזוכרים את הקמפיין הטלוויזיוני נשאר דומה, ועומד על כ- 60% מהמשיבים.**

החשיפה לקמפיין בטלוויזיה גבוהה יותר בקרב הורים לילדים ובקרב חילוניים ומסורתיים (לעומת דתיים)



קעת נציין כי מדובר בקמפיין של משרד הפנים בנושא רחצה בטוחה. האם לאחר שראית את נושא הקמפיין זכור לך אם ראית אותו?

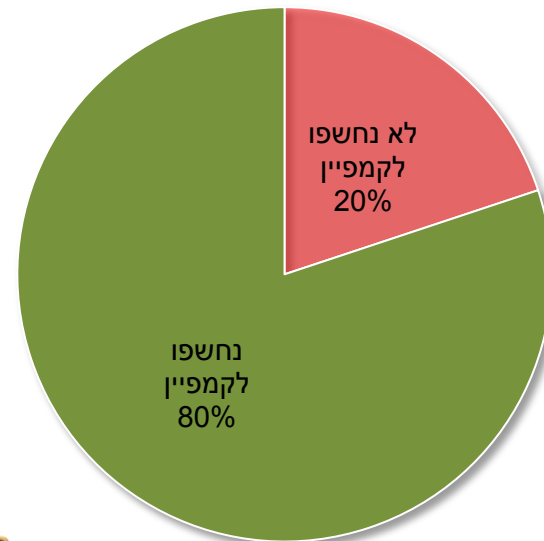
זכירות הקמפיין שהושמע ברדיו עומדת על יותר ממחצית מהמשיבים (59%), בדומה לממוצע הקמפיינים. רק כשליש מהמשיבים זוכרים כי צפו בקמפיין באינטרנט – הישג דומה לממוצע.



ההאם יצא לך לראות את הקמפיין באינטרנט? -לאחר ששמעת את התשדיר שהיה בקמפיין, האם יצא לך לשמוע ברדיו את התשדיר של משרד הפנים בנושא רחצה בטוחה?

סך הכל, כ-80% מהאוכלוסייה זוכרים כי נחשפו לקמפיין.

זכירות הקמפיין גבוהה יותר בקרב נשואים מאשר בקרב רווקים, בקרב הורים לילדים, ובקרב חילוניים ומסורתיים (לעומת דתיים).



14%

רק בטלוויזיה



20%

רק בערוצים אחרים



46%

גם בטלוויזיה וגם בערוצים אחרים



## אהדה לקמפיין בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין באופן נעזר

אטרקטיביות הקמפיין גבוהה ודומה למוצע האהדה לקמפיינים אחרים בתחום הממשלתי-חברתי.

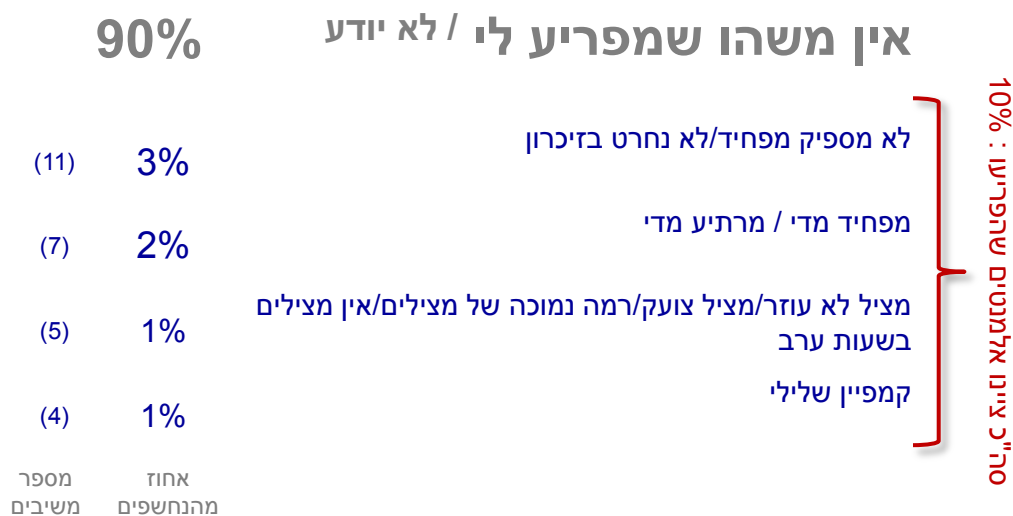
הוא נתפס כאטרקטיבי אף יותר בקרב הגילאים המבוגרים (45 ומעלה), יותר בקרב להורים לילדים בוגרים ויותר בקרב נשואים מאשר רווקים



ציון ממוצע: 7.7

עד כמה מצא חן בעיניך הקמפיין של משרד הפנים בנושא רחצה בטוחה? (בקרב נחשפים - לפחות באחת המדיות, N=405)  
מאוד אהב 7.5-10, די אהב 5-7.49, לא כל כך אהב 2.5-4.99, כלל לא אהב 0-2.49

בקרב הזוכרים שנחשפו לקמפיין, שיעור נמוך יחסית של 10% ציינו כי היו דברים שהפריעו בו.



## תפיסת חשיבות הקמפיין בקרב אלה שזכורות את הקמפיין באופן נעזר

הקמפיין נתפס כחשוב מאוד ובעל תרומה גבוהה בהשוואה לממוצע קמפיינים אחרים בתחום הממשלתי-חברתי.

הוא נתפס כחשוב אף יותר בקרב הגילאים המבוגרים (45 ומעלה), יותר בקרב מסורתיים מחילונים ויותר בקרב נשאים מרווקים

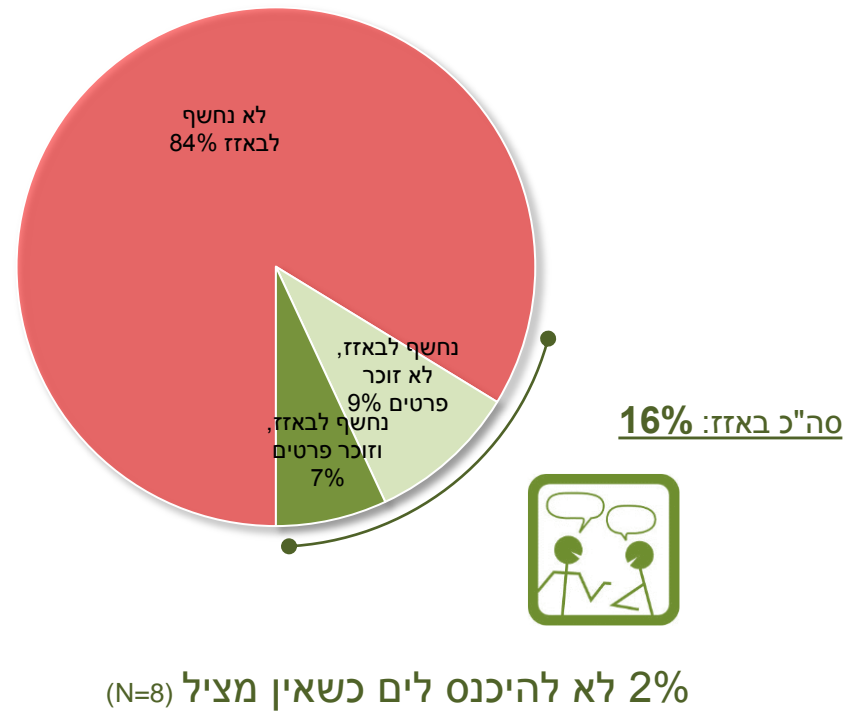


ציון ממוצע: 8.0

עד כמה אתה חושב שהקמפיין של משרד הפנים בנושא רחצה בטוחה חשוב ותורם לציבור? (בקרב נחשפים- לפחות באחת המדיות, N=405)

## יצירת באזז בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין באופן נעזר

למרות תפיסת הקמפיין כחשוב, הוא לא עורר הרבה באזז (תהודה).



יש פרסומות שגורמות לנו לדבר עליהן עם אנשים אחרים - בעל פה, בפייסבוק, בפורומים וכו', ולהביע התלהבות, סקרנות או להתרגז על הקמפיין... האם יצא לך לדבר או להיחשף לדברים שנאמרו או נכתבו על הקמפיין של משרד הפנים בנושא רחצה בטוחה?? אם כן, מה זכור לך שנאמר / נכתב על הקמפיין? (בקרב נחשפים- לפחות באחת המדיות, N=405, מוצגות תשובות עיקריות)

# שינוי עמדה בנושא הקמפיין: תפיסת המצבים בהם ניתן לרחוץ בחוף ללא מציל כלל המדגם



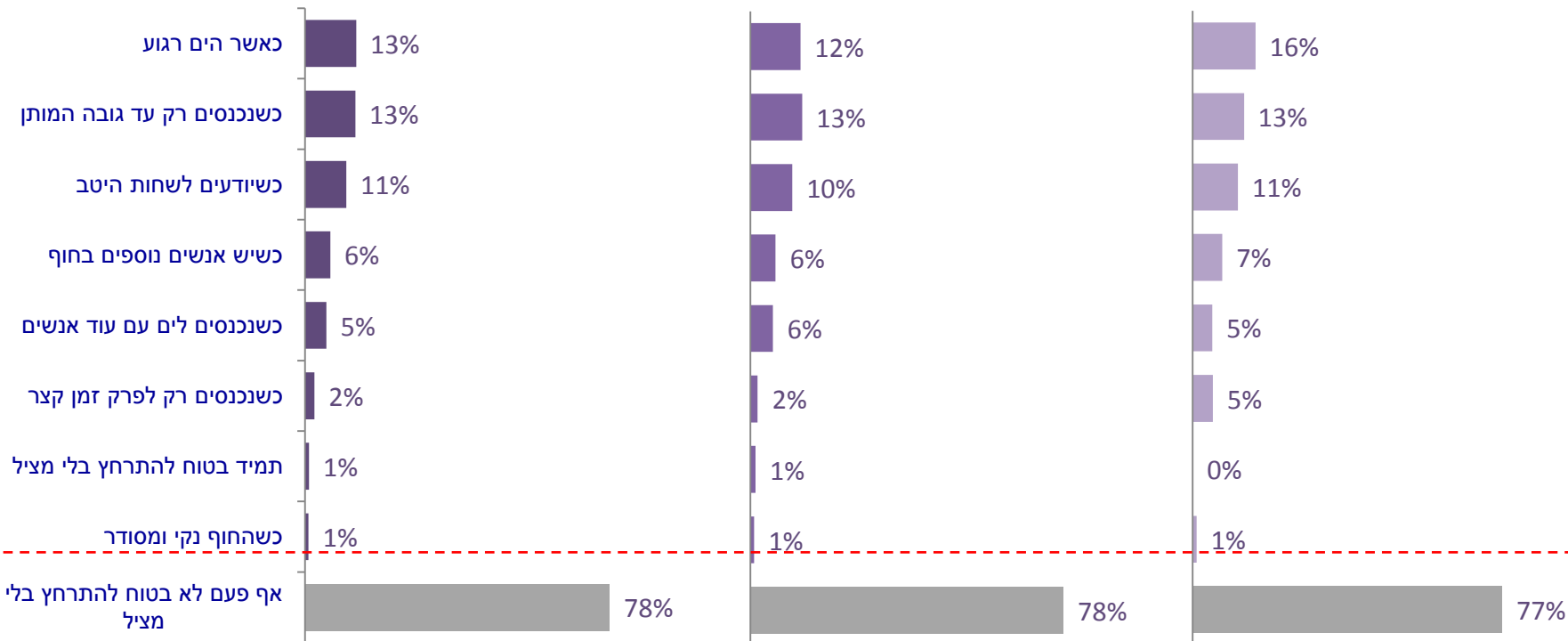
התפיסה הרווחת היא כי אף פעם לא בטוח להתרחץ בחוף ללא מציל, בדומה למסר של הקמפיין – זאת ללא הבדל בין אלה שזוכרים שנחשפו לקמפיין לבין אלה שלא נחשפו.

עדיין, כחמישית מהאוכלוסיה תופסת את הרחצה בים כבטוחה גם בהעדר מציל, ובתנאי שהים רגוע, כשנכנסים רק עד גובה המותן וכשיודעים לשחות היטב.

כלל המדגם

בקרב הנחשפים

בקרב לא נחשפו



באילו מהמצבים הבאים בטוח לדעתך להתרחץ בחוף שאין בו מציל?





# שינוי עמדה בנושא הקמפיין: מידת ההשפעה של המדדים השונים על ההחלטה להיכנס לים כלל המדגם

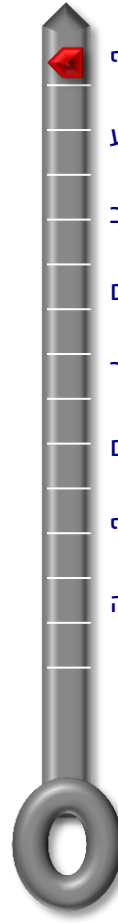
מבין הגורמים שהוצגו למראיינים, הגורם המשפיע ביותר על ההחלטה בפועל האם לרחוץ בים הוא קיומו של מציל. שיקול זה משפיע במידה דומה על אלה שזוכרים שנחשפו לקמפיין ועל אלה שלא נחשפו.

## כלל המדגם



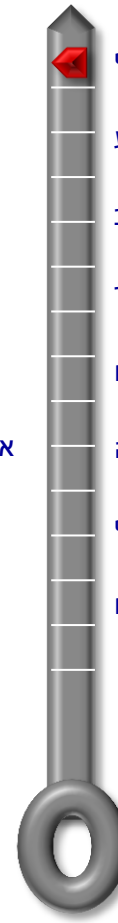
- יש מציל בחוף
- הים רגוע
- לדעת לשחות היטב
- כמות המדוזות בים
- החוף נקי ומסודר
- אם יש עוד אנשים שנכנסים איתי לים
- שיהיו אנשים נוספים בחוף
- רצועת חוף יפה

## בקרב הנחשפים



- יש מציל בחוף
- הים רגוע
- לדעת לשחות היטב
- כמות המדוזות בים
- החוף נקי ומסודר
- אם יש עוד אנשים שנכנסים איתי לים
- שיהיו אנשים נוספים בחוף
- רצועת חוף יפה

## בקרב לא נחשפו



- יש מציל בחוף
- הים רגוע
- לדעת לשחות היטב
- החוף נקי ומסודר
- אם יש עוד אנשים שנכנסים איתי לים
- רצועת חוף יפה
- שיהיו אנשים נוספים בחוף
- כמות המדוזות בים

כשאתה מחליט האם להיכנס לים, איזה מהמאפיינים הבאים הכי משפיע על ההחלטה שלך?