

# סיכום תוצאות מחקר אפקטיביות פרסום קמפיין משרד הבריאות בנושא רחצה בטוחה – גל 2



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

- טלוויזיה – 1,585,594 ₪ ללא מגזרים
- טלוויזיה - 171,360 ₪ בבתי מלון
- אינטרנט- 157,500 ₪

## נושאי בדיקה

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

הערה: בבחינת הישגי הקמפיין יש לזכור כי הנתונים משקפים את תפיסות הציבור לאחר הגל השני של הקמפיין (גל ראשון בוצע ביולי 2014).

## מטרות הקמפיין

- העלאת המודעות לסכנה ברחצה ללא מציל בחופי ישראל.

## מתודולוגיה

- סקר אינטרנטי באמצעות הפאנל האינטרנטי שבשימוש Market Watch.
- סקר אחרי קמפיין בוצע בתאריכים 20-23 באוגוסט 2014
- זהו הגל השני שנעשה לקמפיין זה

## מדגם

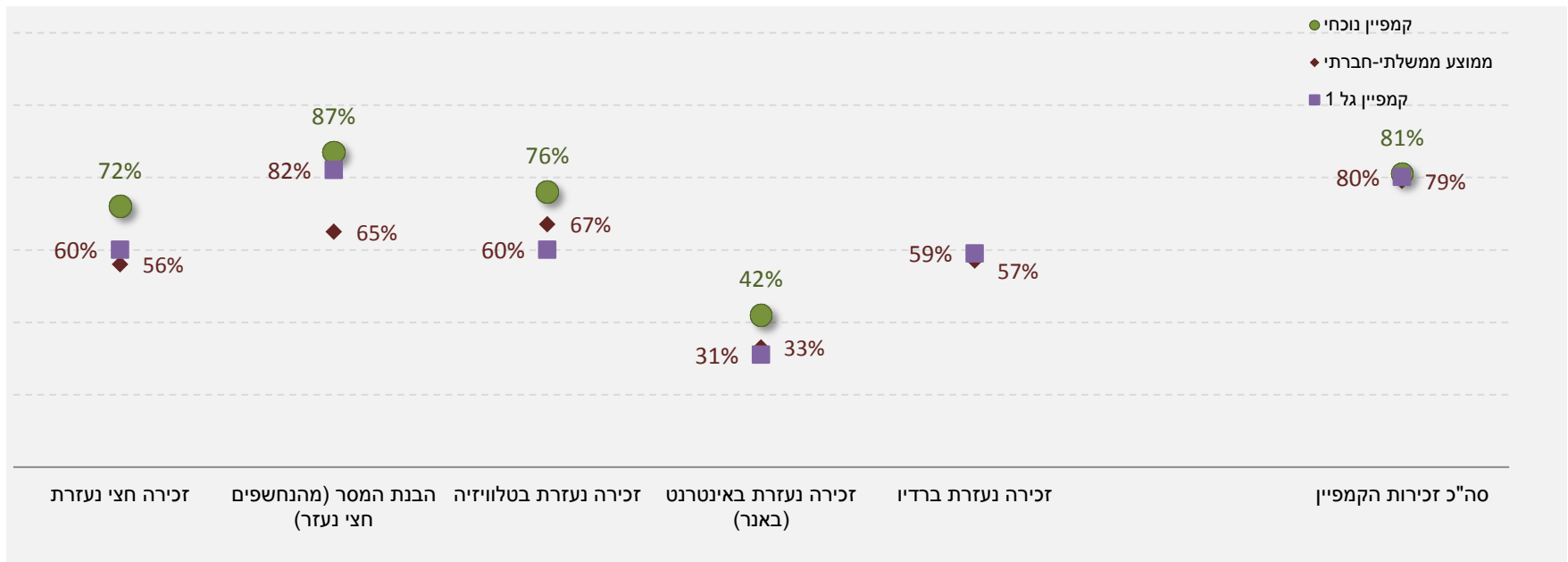
- 503 מרואיינים במדגם כלל ארצי מייצג, גילאי 14 ומעלה, ללא חרדים



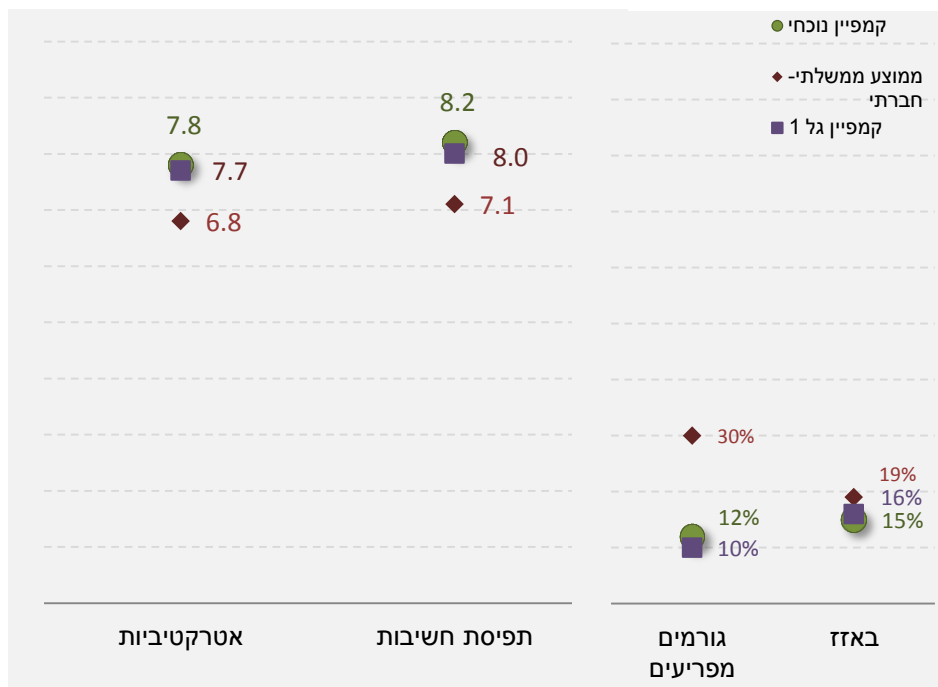
# סיכום

# זכירות הקמפיין

- הזכירות החצי נעזרת של הקמפיין טובה וגבוהה מהמוצע ומהרמה שהושגה בגל הקודם. הבנת המסר בקרב אלה שזכרו את הקמפיין גבוהה מאוד, ורוב אלה שזוכרים את הקמפיין ידעו לציין במדויק את המסר שלו.
- זכירות הקמפיין באופן נעזר עומדת על כ-80% מהמשיבים, ודומה לממוצע (למרות השקעה כוללת נמוכה יחסית) ולממוצע הגל הקודם.
- בניית אמצעי המדיה עולה כי הפרסומת בטלוויזיה מגיעה לזכירות גבוהה וגבוהה מהמוצע החברתי והממוצע של הגל הקודם, גם זכירות הקמפיין באינטרנט גבוהה מהמוצע וגבוהה מהגל הקודם.



\* בקמפיין הנוכחי לא היה פרסום ברדיו



אטרקטיביות הקמפיין גבוהה בהשוואה לממוצע הממשלתי-חברתי ודומה לממוצע הגל הקודם. אלה שזוכרים את הקמפיין ציינו מעט מאוד אלמנטים שהפריעו להם (בשני הגלים). הקמפיין נתפס כחשוב מאוד ובעל תרומה גבוהה, אך למרות זאת, לא עורר באזז, בדומה לגל הראשון.

- 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").
- בגל הנוכחי ניכרת הפנמה גבוהה יותר של מסר זה ברמה התפיסתית בקרב אלה שנחשפו לקמפיין.

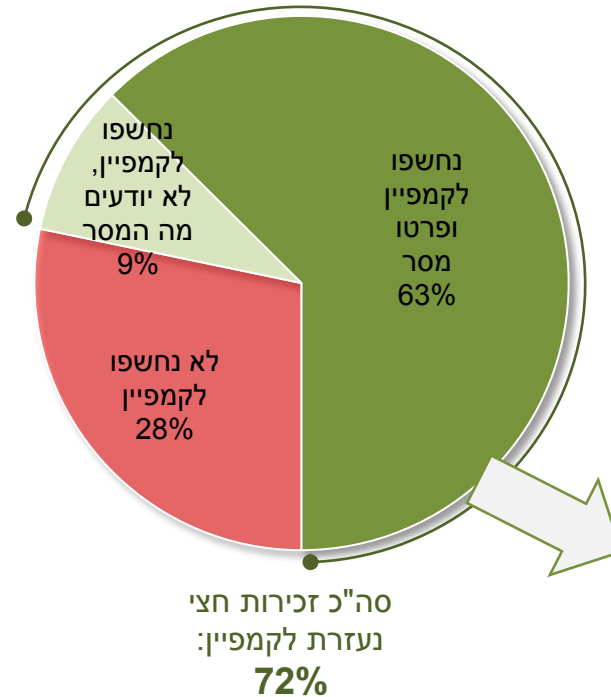


# פירוט הממצאים

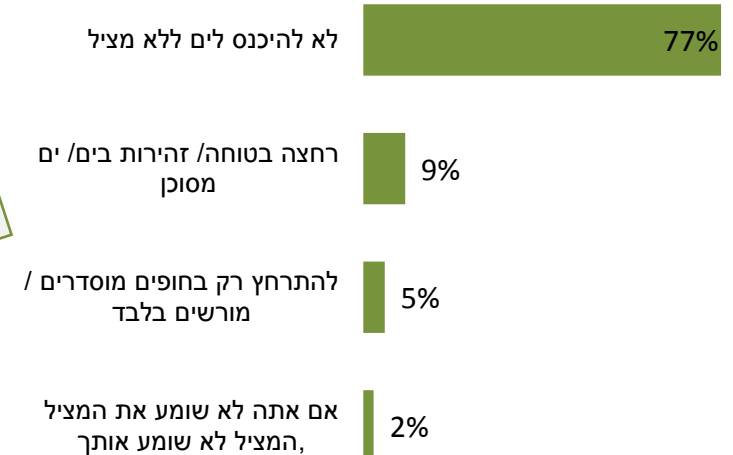
## זכירה חצי נעזרת לקמפיין כלל המדגם

**72% מהמשיבים זוכרים את הקמפיין באופן חצי נעזר** (זיהוי של הקמפיין על סמך תמונות מהפרסומת, ללא הצגת המסר), שיעור זה גבוה מהגל הקודם (60%) ייתכן כי חלק מהמשיבים זוכרים את הקמפיין של יולי עדיין – **הישג הגבוה בהשוואה לממוצע הממשלתי-חברתי.**

**בקרב אלה שזוכרים כי ראו את הקמפיין, הבנת המסר טובה וגבוהה מהממוצע (87% מאלו שנחשפו זכרו מסר כלשהו). לא ניכר בלבול במסרים. זכירות המסר טובה במעט בהשוואה לגל הקודם (82%).**



### הבנת מסר (בקרב נחשפים לקמפיין):



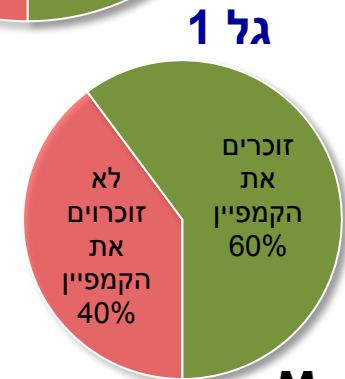
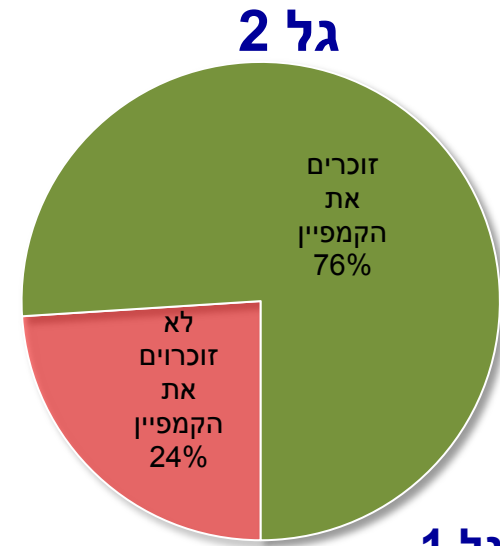
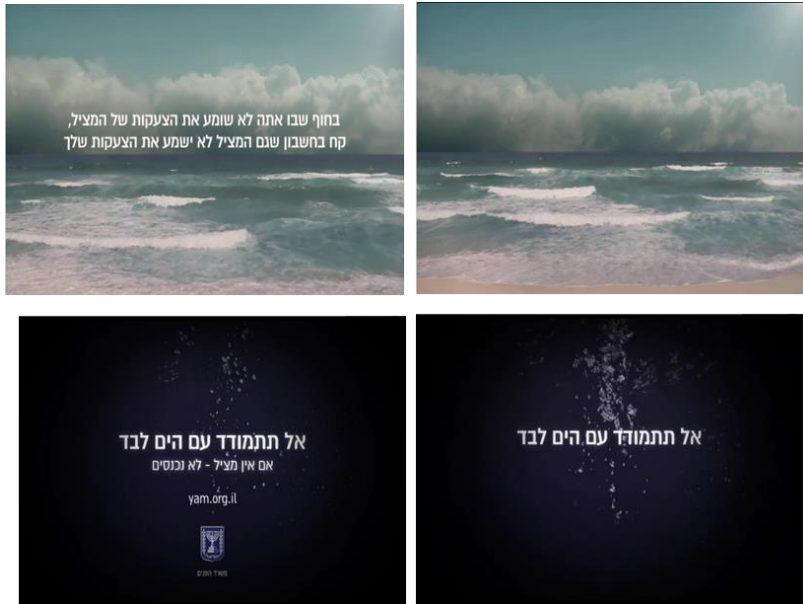
במסך מצד ימין מופיעות תמונות מתוך קמפיין שהופיע לאחרונה באמצעי התקשורת. האם יצא לך לראות את הקמפיין? האם זכור לך המסר אותו רצה הקמפיין להעביר? (שאלה פתוחה, מוצגות תשובות עיקריות)



## זכירה נעזרת לקמפיין בטלוויזיה כלל המדגם

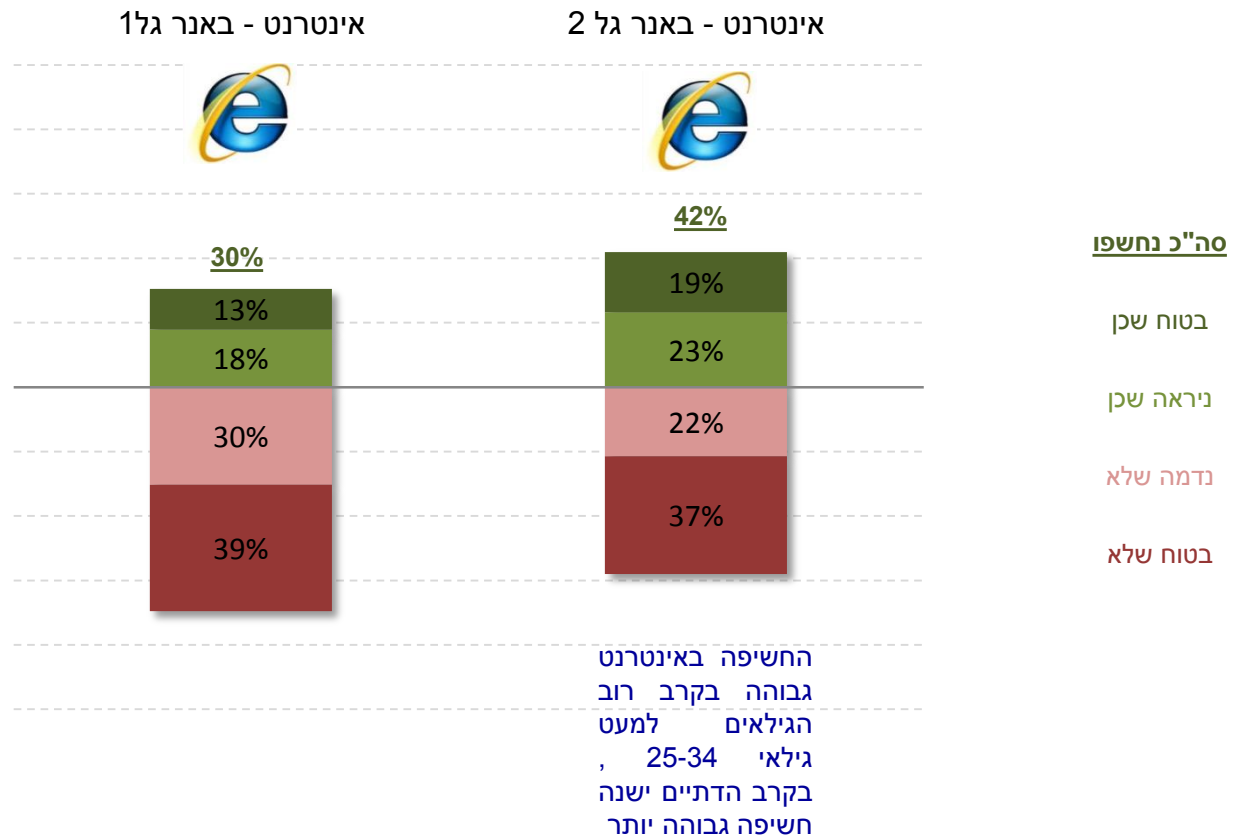
לאחר חשיפת המסר שיעור הזוכרים את הקמפיין הטלוויזיוני נשאר דומה, ועומד על כ- 76% מהמשיבים.

בהלימה לזכירות הנעזרת למחצה, גם הזכירות הנעזרת בטלוויזיה גבוהה בגל הנוכחי לעומת הקמפיין הקודם.



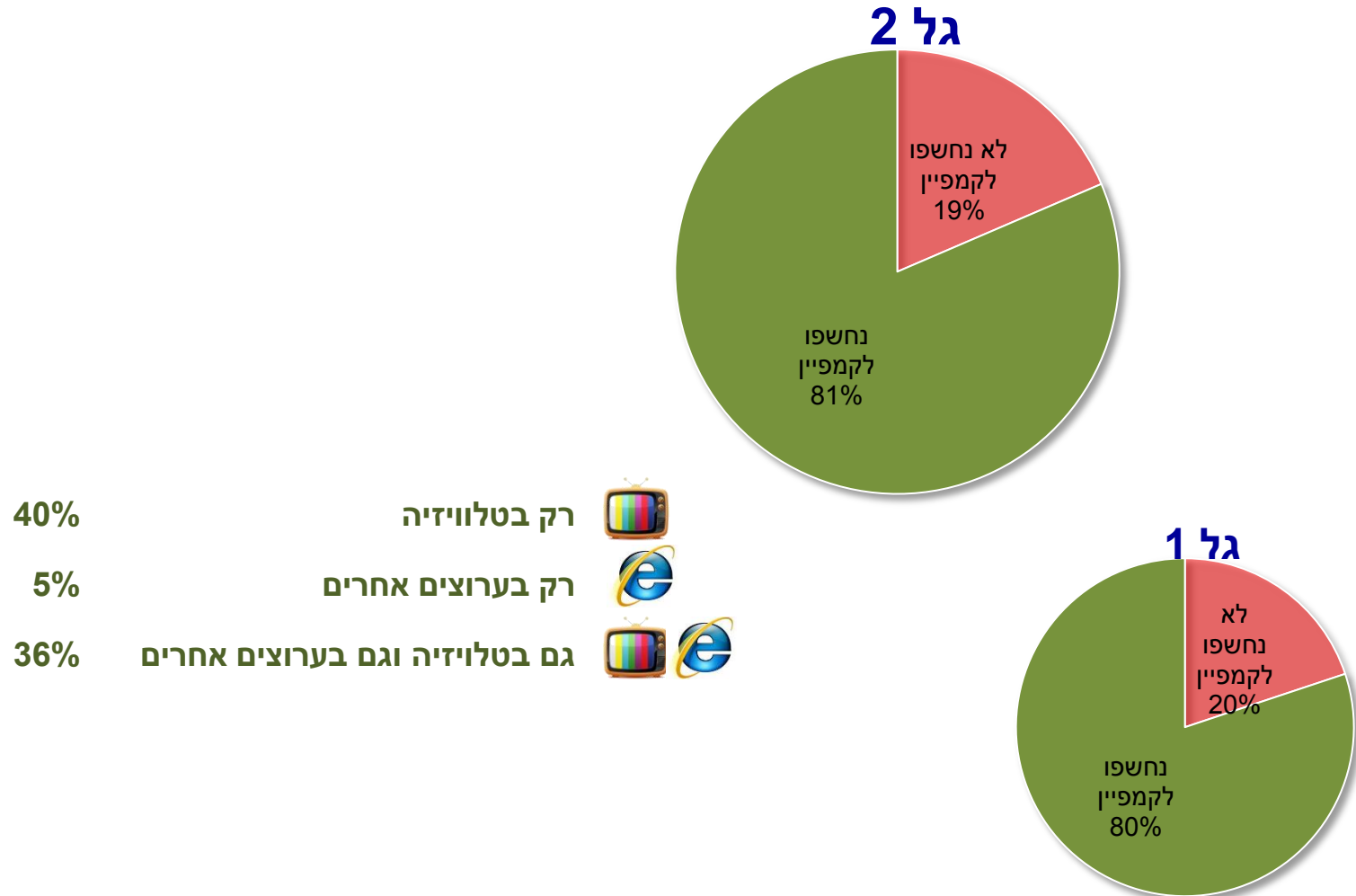
קעת נציין כי מדובר בקמפיין של משרד הפנים בנושא רחצה בטוחה. האם לאחר שראית את נושא הקמפיין זכור לך אם ראית אותו?

זכירות הקמפיין שהוצג באינטרנט (באנרים) עומדת על פחות ממחצית מהמשיבים (42%) – הישג טוב בהשוואה לממוצע הממשלתי-חברתי, ובהשוואה לגל הקודם.



האם יצא לך לראות את הקמפיין באינטרנט?

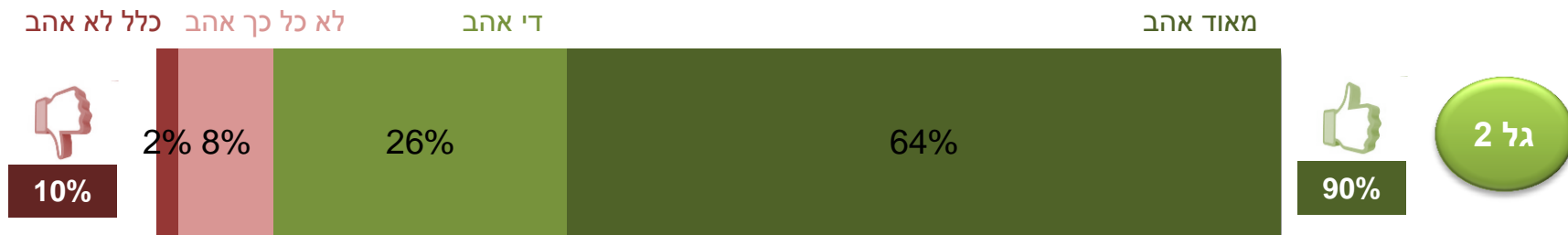
סך הכל, כ-80% מהאוכלוסייה זוכרים כי נחשפו לקמפיין (בדומה לגל הקודם).



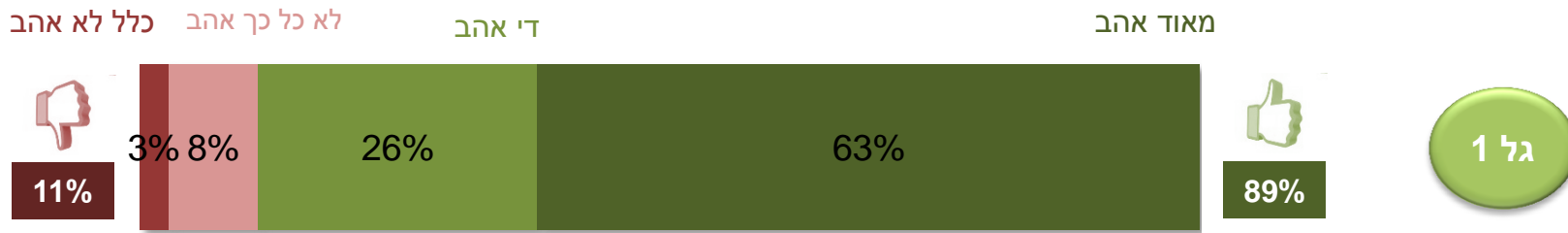
## אהדה לקמפיין בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין באופן נעזר

אטרקטיביות הקמפיין גבוהה יחסית לממוצע הקמפיינים, ודומה לגל הקודם.

הוא נתפס כאטרקטיבי אף יותר בקרב הגילאים המבוגרים (55 ומעלה)



ציון ממוצע: 7.8



ציון ממוצע: 7.7

עד כמה מצא חן בעיניך הקמפיין של משרד הפנים בנושא רחצה בטווחה? (בקרב נחשפים - לפחות באחת המדיות, N=410)  
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 12% ציינו כי היו דברים שהפריעו בו.  
 לא ניכרים הבדלים בין הגלים השונים

## 88% אין משהו שמפריע לי / לא יודע

(13)	3%	לא מספיק מפחיד/לא נחרט בזיכרון
(11)	3%	קמפיין שלילי
(8)	2%	מפחיד מדי / מרתיע מדי
(7)	2%	מציל לא עוזר/מציל צועק/רמה נמוכה של מצילים/אין מצילים בשעות ערב
(4)	1%	כדאי לפרסם בעוד שפות

סרי"כ ציינו אלמנטים שהפריעו : 12%

מספר אחוז  
 משיבים מהנחשפים

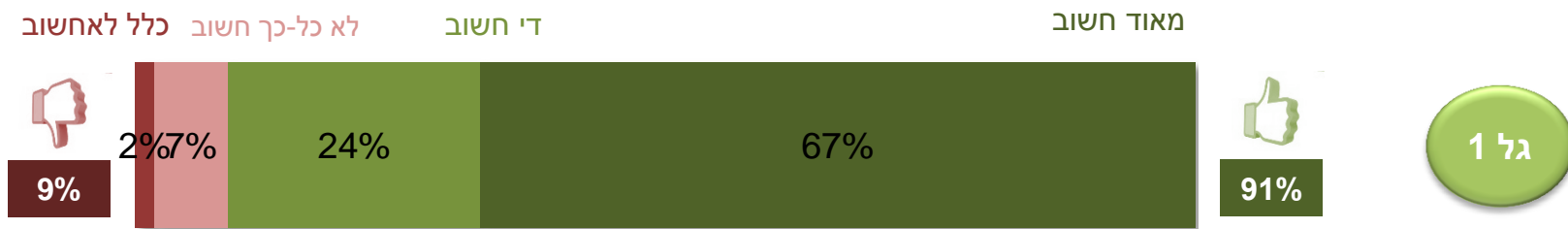
## תפיסת חשיבות הקמפיין בקרב אלה שזוכרות את הקמפיין באופן נעזר

הקמפיין נתפס כחשוב מאוד ובעל תרומה גבוהה בהשוואה למוצע קמפיינים אחרים בתחום הממשלתי-חברתי. לא ניכרים הבדלים בין הגלים השונים.

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



ציון ממוצע: 8.2



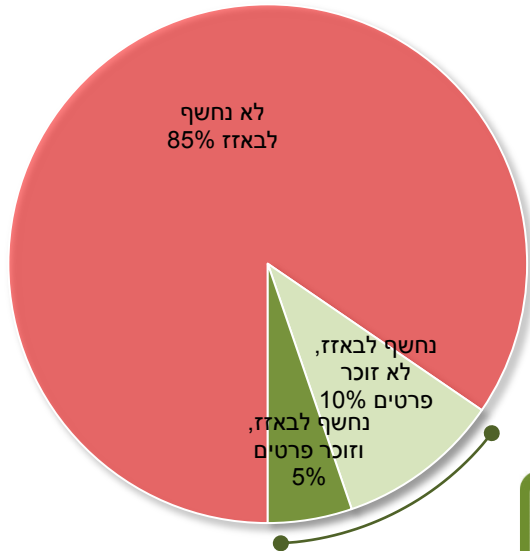
ציון ממוצע: 8.0

עד כמה אתה חושב שהקמפיין של משרד הפנים בנושא רחצה בטוחה חשוב ותורם לציבור? (בקרב נחשפים- לפחות באחת המדיות, N=410)

## יצירת באזז בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין באופן נעזר

למרות תפיסת הקמפיין כחשוב, הוא עורר באזז (תהודה) במידה דומה לממוצע. לא ניכר הבדל בין הגלים השונים

גל 2

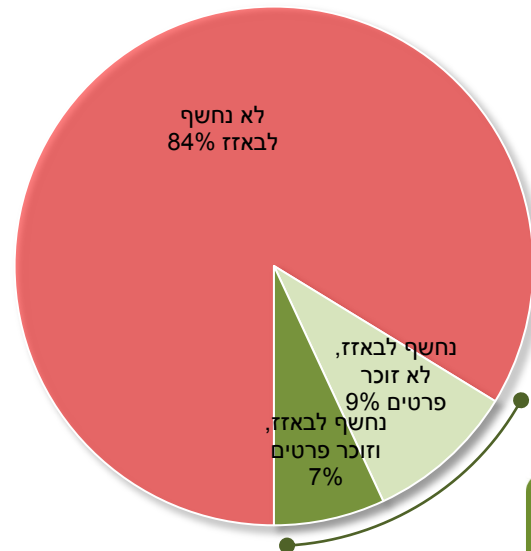


סה"כ באזז: 15%



1.4% לא להיכנס לים כשאינ מציל (N=6)

גל 1



סה"כ באזז: 16%



2% לא להיכנס לים כשאינ מציל (N=8)

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=410, מוצגות תשובות עיקריות)

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

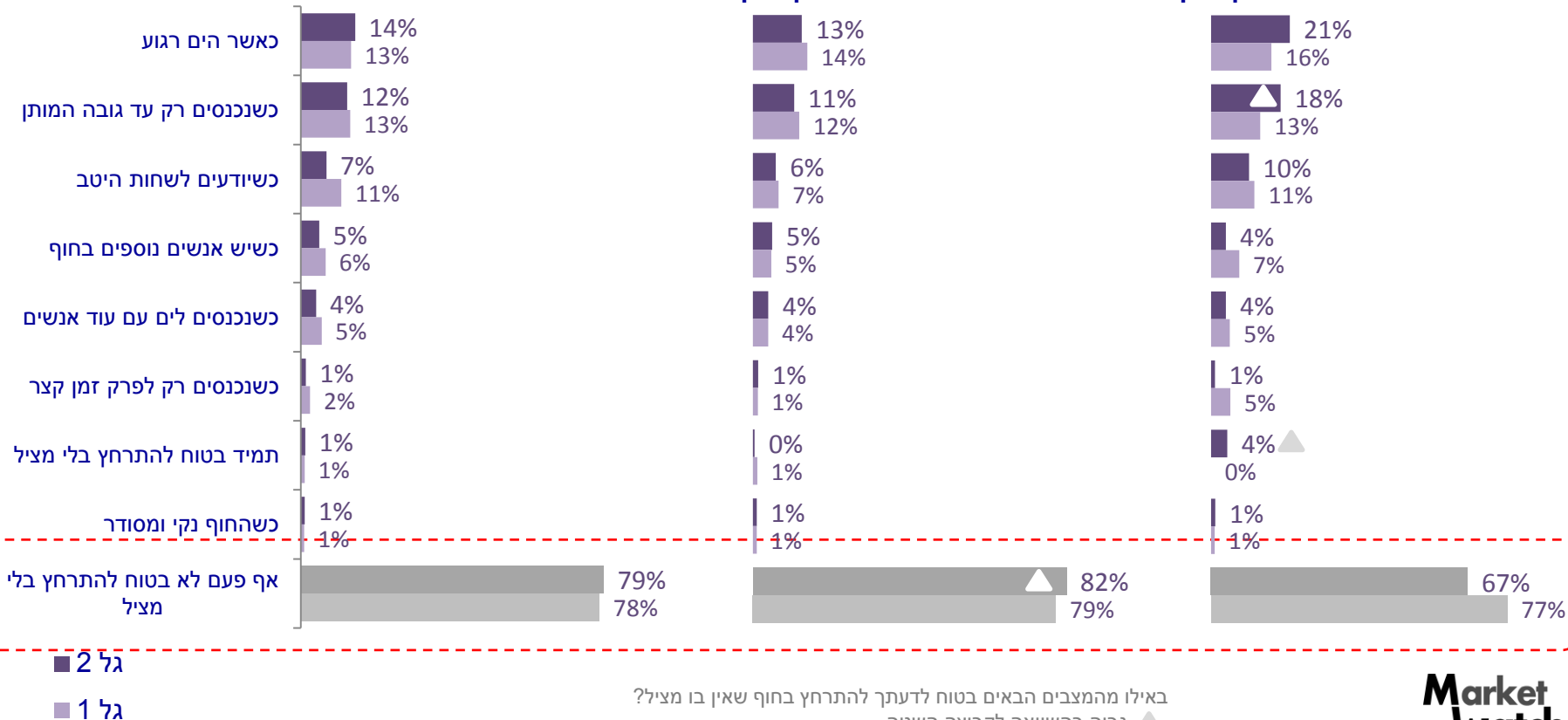


התפיסה הרווחת היא כי אף פעם לא בטוח להתרחץ בחוף ללא מציל. בגל הנוכחי ניכרת הפנמה גבוהה יותר של מסר זה, כאשר בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין יותר ציינו כי לא בטוח להתרחץ ללא מציל, לעומת אלה שלא זוכרים את הקמפיין. זאת בשונה מהגל הקודם, בו לא ניכר הבדל בין שתי הקבוצות. עדיין, כחמישית מהאוכלוסייה תופסת את הרחצה בים כבטוחה גם בהעדר מציל, ובתנאי שהים רגוע, כשנכנסים רק עד גובה המותן וכשיודעים לשחות היטב.

### כלל המדגם

### בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין

### בקרב אלה שלא זוכרים את הקמפיין



באילו מהמצבים הבאים בטוח לדעתך להתרחץ בחוף שאין בו מציל?  
גבוה בהשוואה לקבוצה השנייה ▲



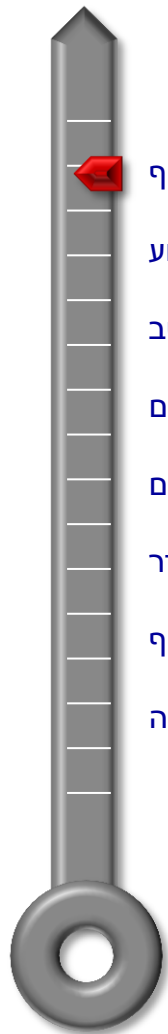




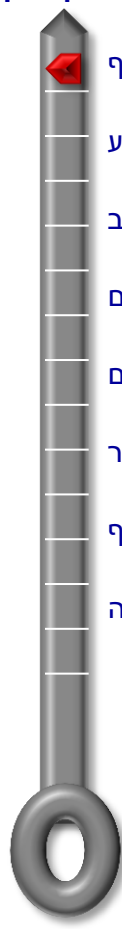
# שינוי עמדה בנושא הקמפיין: מידת ההשפעה של המדדים השונים על ההחלטה להיכנס לים כלל המדגם

מבין הגורמים שהוצגו למרואיינים, 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. השיקולים הבאים הכי משפיעים הם: ים רגוע ויכולת שחייה. לא ניכרים הבדלים בין הגלים בתפיסת הגורמים המשפיעים ביותר.

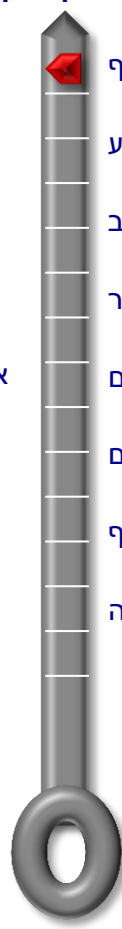
## כלל המדגם



## בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין



## בקרב אלה שלא זוכרים את הקמפיין



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