

אפקטיביות קמפיין- יום המדע

משרד המדע, הטכנולוגיה והחלל בשיתוף עם mako

מוגש ללשכת הפרסום הממשלתית

מאי 2015

לפנ

משרד המדע, הטכנולוגיה והחלל
Ministry of Science, Technology and Space
وزارة العلوم والتكنولوجيا والفضاء



mako
חבית קשת

משרד המדע, הטכנולוגיה והחלל מבקש להעלות את המודעות בקרב הציבור הרחב, ובעיקר בקרב צעירים, לתחומי המדע והטכנולוגיה ולחזק את הקשר של הציבור לפעילות המדע בישראל.

לשם כך משתף המשרד פעולה עם מאקו בפעילות תקשורתית בטלויזיה ובאינטרנט שהחלה ב-10.3.15 ותימשך עד ל-10.6.15, פעילות אשר הגיעה לשיאה ציון יום המדע ב-12 למאי.

עלות הפעילות התקשורתית במונחי ברוטו (כפי שהועברו מלפ"מ):

סה"כ עלות- 1,180,000 ₪

בחינת אפקטיביות הפעילות התקשורתית באמצעות סקר אינטרנטי שנערך ב-14.5.15-13.5.15 בקרב 507 מרואיינים המהווים מדגם ארצי מייצג של האוכלוסייה היהודית דוברת עברית בישראל, בגילאי 18 ומעלה, ללא המגזר החרדי.

קהל היעד לקמפיין- כלל הציבור הרחב.

*השוואה לאורך הדוח מתייחסת לפעילויות תקשורתיות/ קמפיינים בעלות של עד כ-1,000,000 ₪

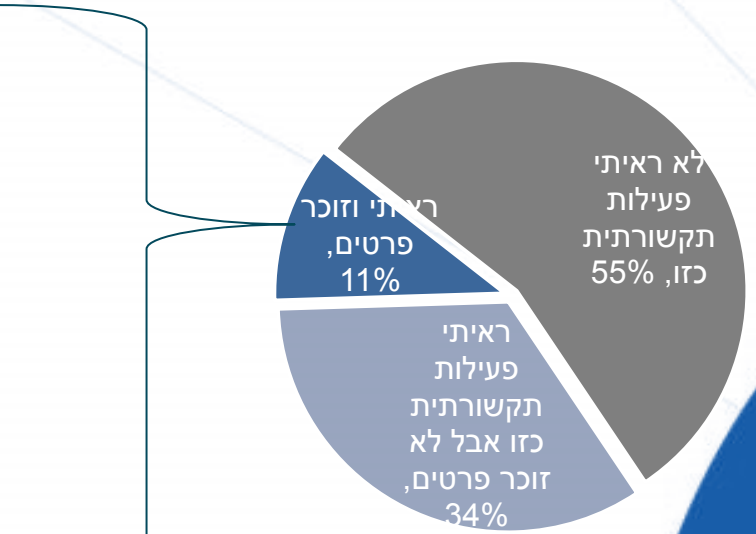
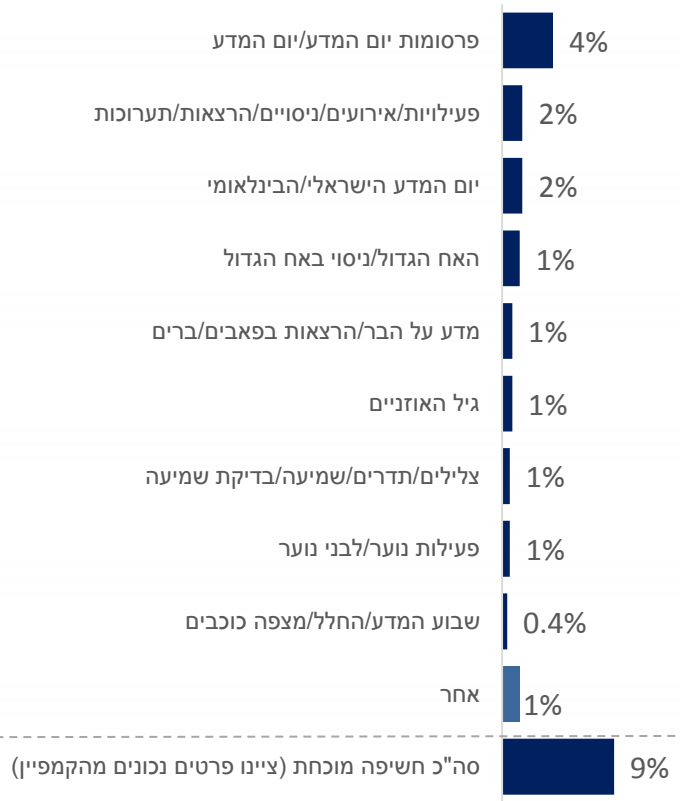


את הערכת הכיסוי והתגובה מיישמים תוך שימוש במדדים הבאים:





חשיפה בלתי נעזרת ספציפית



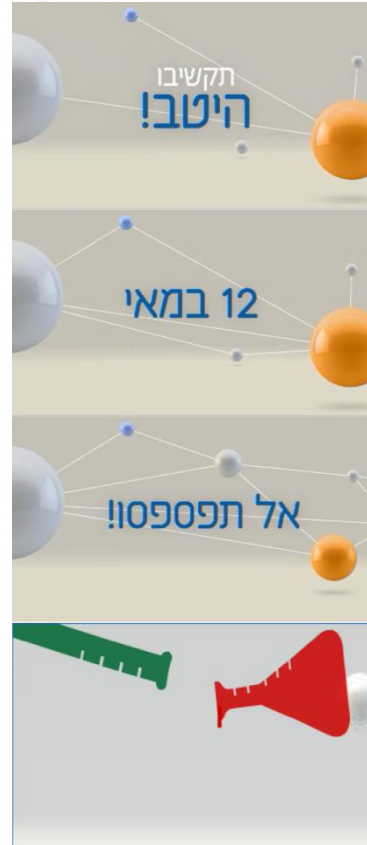
■ ציינו פרטים נכונים
■ ציינו פרטים שלא נוגעים לקמפיין

החשיפה המוכחת נמוכה ועומדת על כעשירית בלבד מהציבור הרחב

זכירות ב"נ גבוהה יותר מתקבלת בקרב גילאי 45-54, תושבי ירושלים והסביבה ותושבי ת"א וגוש דן.

זכירה חצי נעזרת

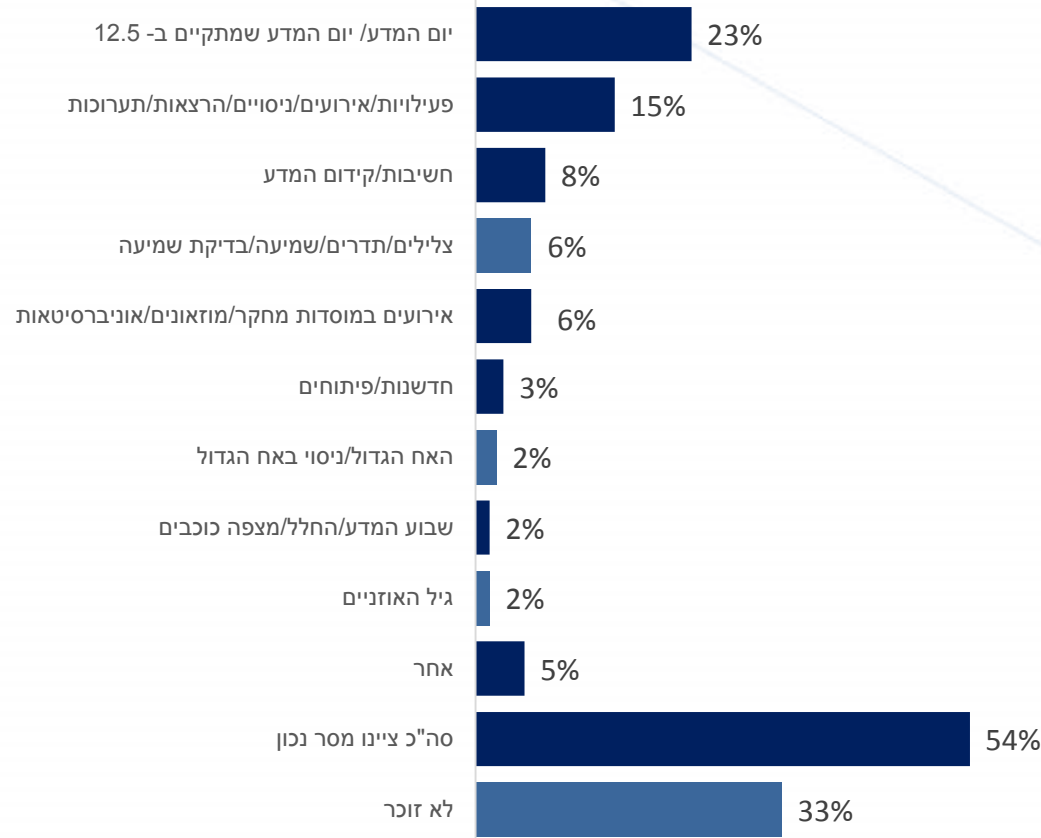
זוכרים את הפעילות התקשורתית 26%



החשיפה החצי נעזרת גם היא נמוכה ועומדת על כרבע מהאוכלוסיה.

זכירות גבוהה יותר בקרב גילאי 45-54, בקרב הורים לילדים ובקרב אקדמאים בעלי הכנסה הגבוהה מהמוצע.

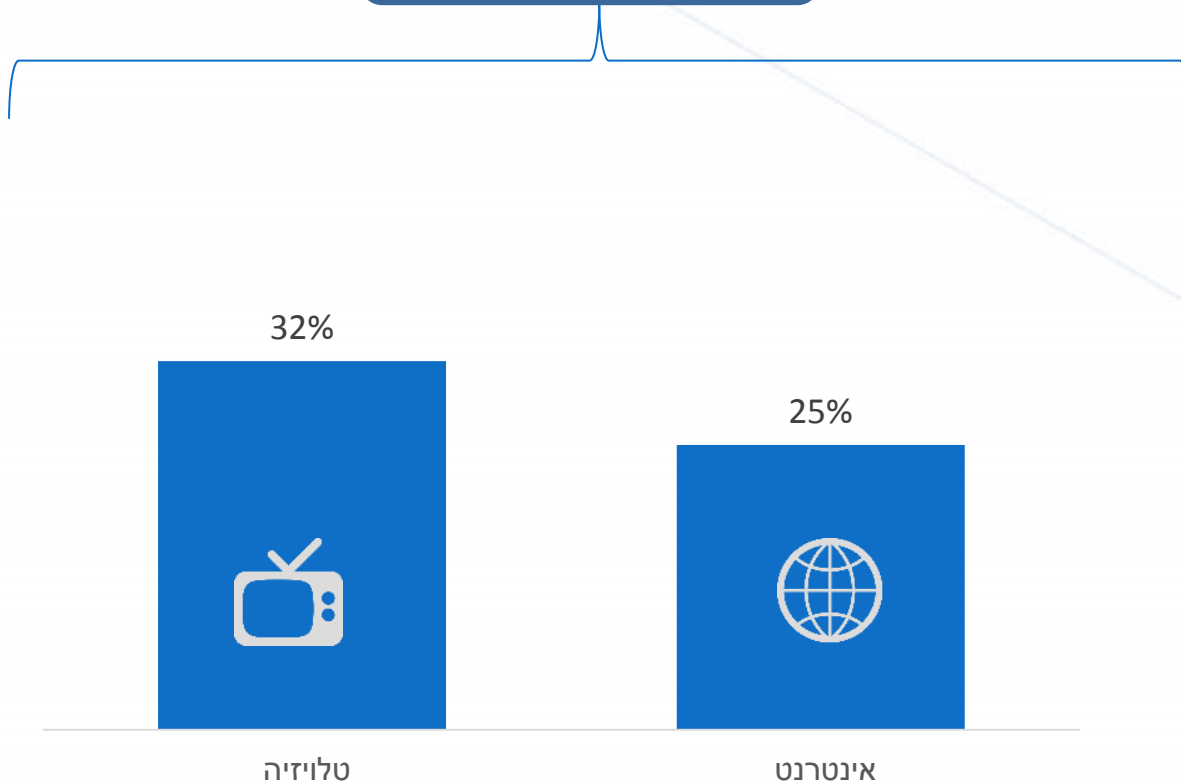
זכירות המסר



ציינו מסר נכון
ציינו מסרים נוספים

מחצית מהמשיבים שדיווחו כי ראו את הפעילות התקשורתית ידעו לציין מסר נכון כאשר המסר העיקרי שהוזכר הוא יום המדע.

סה"כ נחשפו לפעילות
התקשורתית - 40%



החשיפה הנעזרת הכללית נמוכה ועומדת על כ- 40% מהציבור, בעיקר בשל החשיפה הנמוכה בטלוויזיה.

בקרב גולשי mako רואים אינדיקציה לחשיפה גבוהה כאשר מחציתם מדווחים כי ראו את הבאנרים, אך אלו מהווים רק רבע מהציבור הכללי.

*7% בלבד מגולשי האתר ציינו כי נכנסו למתחם הפעילות.

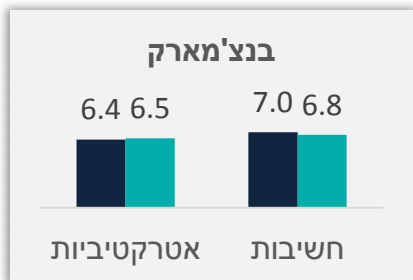
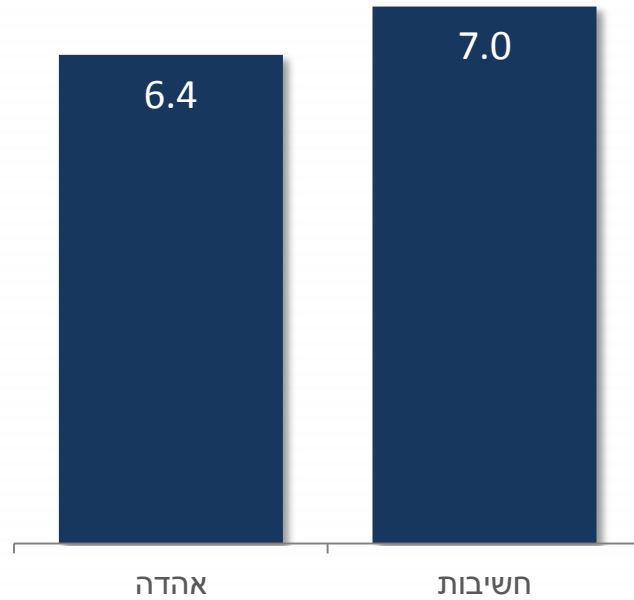




"עד כמה הפעילות התקשורתית של משרד המדע, הטכנולוגיה והחלל בנושא 'יום המדע' שראית שראית, קראת או שמעת מצאה או לא מצאה חן בעיניך?"
 "עד כמה אתה חושב הפעילות התקשורתית של משרד המדע, הטכנולוגיה והחלל בנושא 'יום המדע' חשובה ותורמת לציבור?"



אהדה ותפיסת חשיבות הפעילות התקשורתית



הפעילות התקשורתית זוכה לאהדה ולתפיסת חשיבות הדומות לממוצע.

אהדה גבוהה יותר מתקבלת בקרב בעלי השכלה תיכונית ומטה מאשר בקרב אקדמאים.

חשיבות גדולה יותר לפעילות זו ניכרת בקרב נשים ואקדמאים בעלי הכנסה מעל הממוצע.



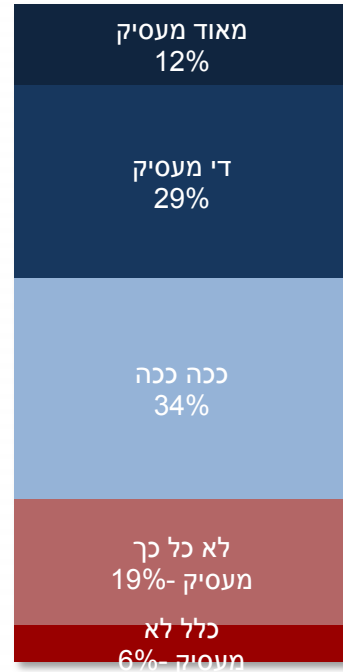
האם היו דברים שאהבת במיוחד בפעילות תקשורתית זו? האם היו דברים שהפריצו לך, הרגינו אותך או שהיו לא מוכנים בפעילות תקשורתית זו?

Like	
13%	קידום המדע/ייחוס חשיבות למדע
10%	מעניין/מסקרן/ניסוי מגניב
7%	שיתוף הציבור
4%	קידום המדע בקרב ילדים/בני נוער
4%	עינייני/קצר/קליל/צנוע
3%	ניסוי בטלויזיה/ניסוי באח הגדול
2%	מתאים לילדים/בני נוער
2%	מתקיים בכל הארץ
1%	לרווחת הציבור
1%	כניסה בחינם/ללא תשלום

Dislike	
6%	היקף הפרסום מצומצם/ לא משך תשומת לב/ לא בלט
6%	אין אתר/חסר פירוט/לא ברור
3%	לא מעניין/ משעמם/ מיותר
1%	אינו מתקיים בפריפריה
1%	בזבוז כספי ציבור

הפעילות התקשורתית לא מייצרת אלמנטים אהודים או לא אהודים בולטים. יחד עם זאת, הפעילות זוכה לאהדה בשל ייחוס החשיבות למדע והעניין שהיא יוצרת בקרב הציבור, אך היקף הפרסום המצומצם והלא בולט מעיב על כך.

רלוונטיות הנושא



נושא המדעים מעסיק את רוב הציבור ונמצא רלוונטי בדומה לנושאים אחרים.

הגברים, משיבים בגילאי 45-54 והורים לילדים- בעיקר לבני נוער בגילאי 12-15- מרגישים כי נושא זה מעסיק אותם יותר.

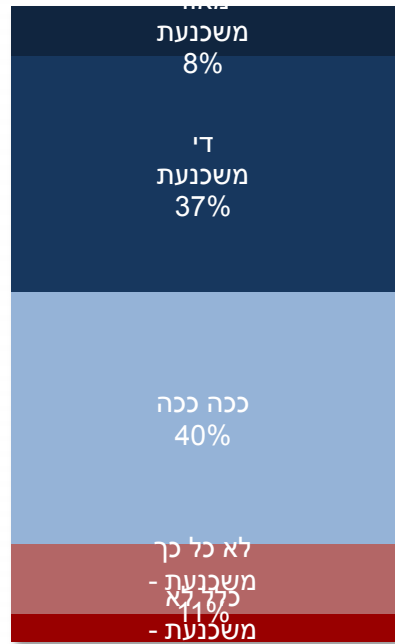


- הישגי קמפיין נוכחי
- ממוצע לפרסומות לפ"מ

"באיזו מידה לדעתך הפעילות התקשורתית משכנעת את הציבור להשתתף בפעילויות שונות הצוסקות בנושאים מדעיים או טכנולוגיים ומהיות מצורבים יותר בתחומים אלו?"

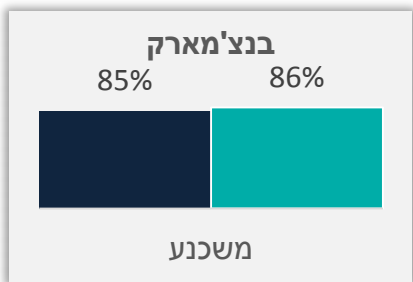


תפיסת הפעילות התקשורתית כמשכנעת



הפעילות התקשורתית בנושא יום המדע נתפסת כמשכנעת בדומה לממוצע.

שכנוע רב יותר מורגש בקרב אלו שנחשפו לפעילות לפני כן (92%) מאשר אלו שלא (80%).

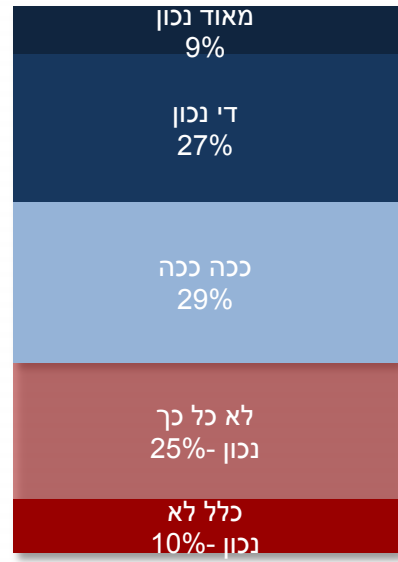


- הישגי קמפיין נוכחי
- ממוצע לפרסומות לפ"מ

"באיזו מידה נכון או לא נכון לאמר שהפעילות התקשורתית הוסיפה לך מידע חדש בנוגע לפעילות מסרד המדע, הטכנולוגיה והחלף בקידום המדע בישראל?"

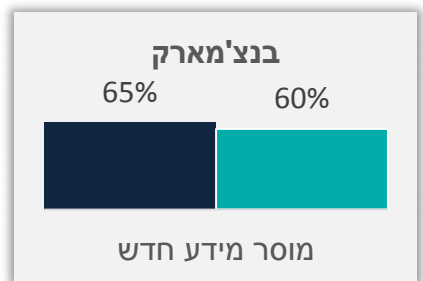


תפיסת הפעילות התקשורתית כמוסרת מידע חדש



הפעילות התקשורתית נתפסת כמחדשת, כאשר כ- 2/3 מהציבור מרגיש כי היא הוסיפה לו מידע חדש בנושא.

מידת חידוש גבוהה יותר מורגשת בקרב גילאי 45-54 ובקרב אלו שנחשפו קודם לכן לקמפיין.



- הישגי קמפיין נוכחי
- ממוצע לפרסומות לפ"מ



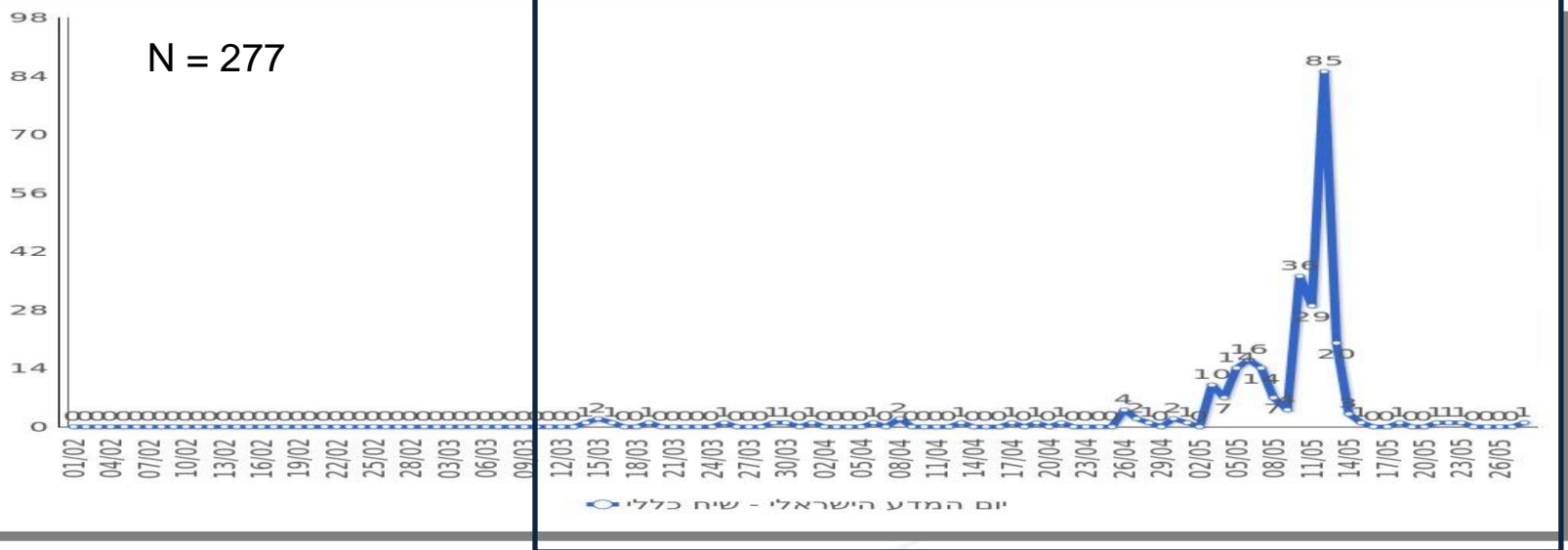
שיח ברשת בנושא משרד המדע, הטכנולוגיה והחלל ויום המדע הישראלי

אפקטיביות **תגובה** כיסוי

N = 163



N = 277



נבדקה תקופה של כ-5 חודשים, וניראה כי שיח רב התרחש ככל שקרב מועד יום המדע ב-12.5.

עליה בשיח ביום המדע עצמו כתוצאה מכתבות ושיח על אירועים, כנסים ופעילויות במסגרת יום המדע.

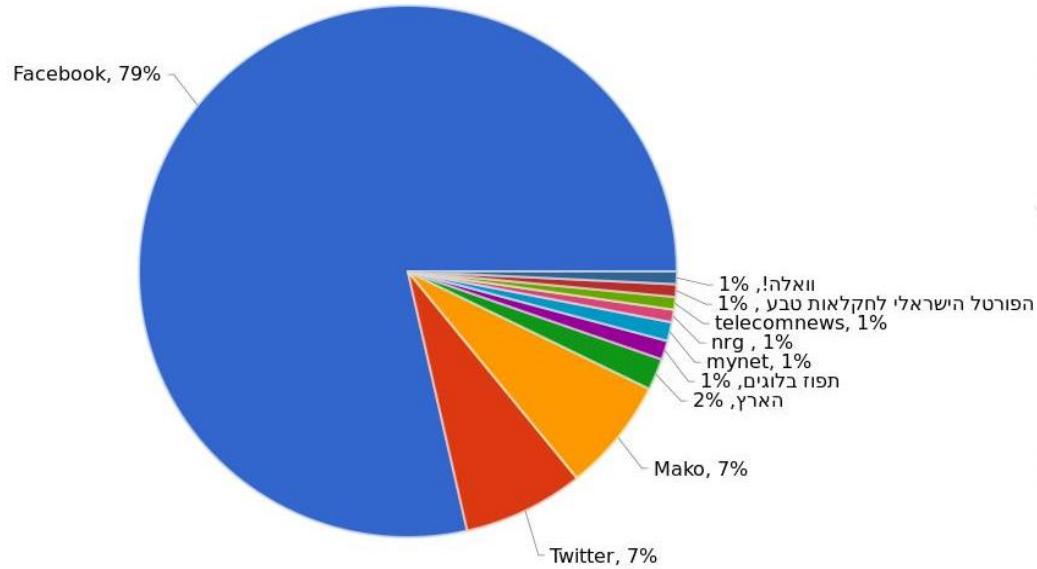


Shlomo Amoyal

אתמול היה יום המדע הישראלי?
איזה יופי.

לא מפתיע אותי בכלל שלא שמעתי עליו בבצפר

Like · Reply · 4 · May 13 at 7:03pm



לעקוב

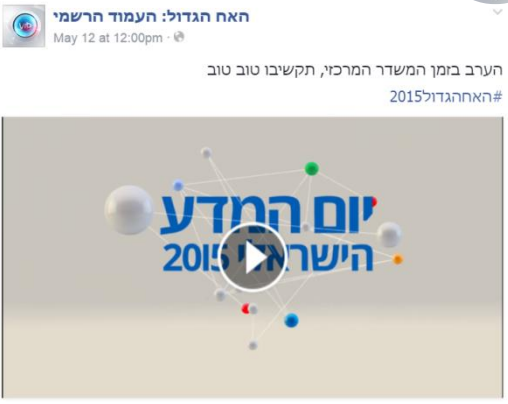
יואב85 | 85 | 五八五 | 30
@yoav85

אני לא יודע מה המשמעות של יום המדע הישראלי,
אבל אם זה כולל את האח הגדול ואפליקציית מאקו
(מסתבר) אז איכותי זה לא יכול להיות

השיח ברשתות החברתיות
נעשה ברובו ב facebook ואילו
בעיתונות הרשת ב mako,
כאשר רוב התגובות היו בעלות
אופי ניטראלי.

פרסום הניסוי הגדול בעמוד הפייסוק של האח הגדול זכה ל-1,337 לייקים, 57 תגובות, 21 שיתופים ו-59,647 צפיות.

האח הגדול: העמוד הרשמי



פרסום בעמוד הפייסבוק של MAKO זכה ל-181 לייקים, 7 תגובות ו-12 שיתופים.

mako



פרסום בעמוד הפייסבוק של משרד המדע, הטכנולוגיה והחלל זכה ל-10 לייקים, 3 שיתופים ו-703 צפיות.

משרד המדע הטכנולוגיה והחלל



פרסום הניסוי בעמוד הפייסבוק הרשמי של האח הגדול מצליח לייצר יותר מעורבות בקרב הציבור – דבר הניכר בכמות הצפיות, התגובות והשיתופים.



תגובה
(Response)



כיסוי
(Reach)

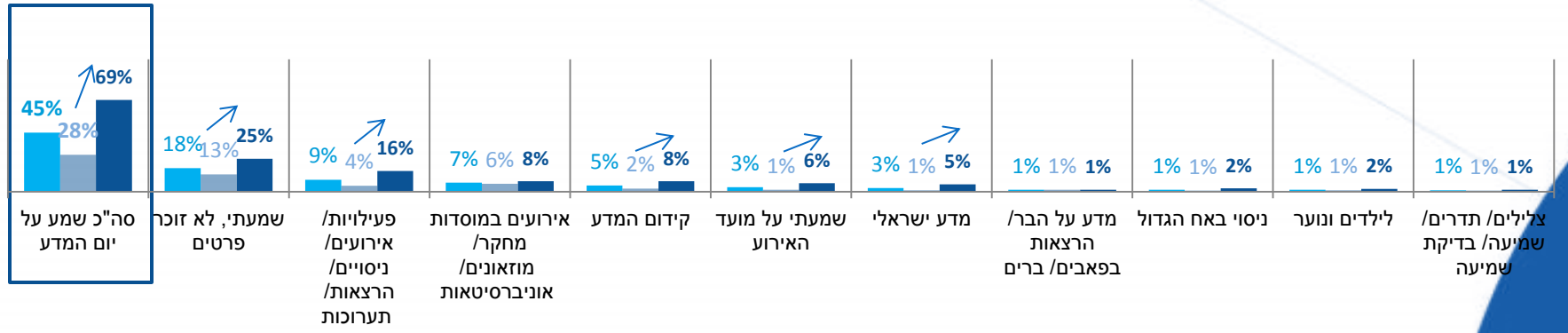


"האם שמעת על יום המדע הישראלי? אם כן, מה שמעת עליו?"
 "יום המדע הישראלי מציג שורה של אירועים ברחבי הארץ הכוללים פעילות חווייתית שמטרתם לחזק את הקשר
 הציבורי לפעילות המדע הישראלי. כעת, לאחר שהוצג לך מידע זה, האם שמעת על יום המדע הישראלי?"

כיסוי
תגובה
פקטיביות

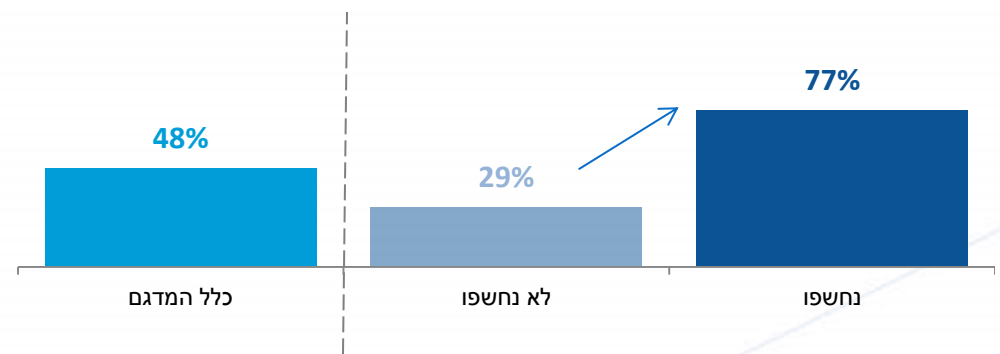
מודעות ליום המדע -בלתי נעזרת-

■ כלל המדגם
■ לא נחשפו
■ נחשפו



אלו אשר נחשפו לפעילות התקשורתית יותר מודעים ליום המדע הישראלי וכן יודעים לציין עליו יותר פרטים.

-נעזרת-

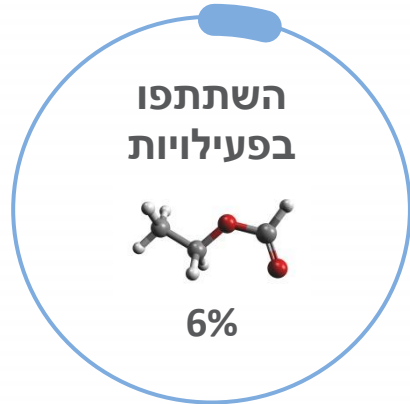


מציין פער מובהק

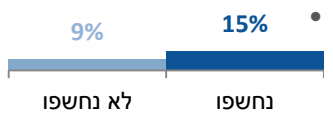
סה"כ המודעות הב"נ בקרב הציבור עומדת על 45% והנעזרת על 48%.

מודעות גבוהה יותר בגילאי +45 ובקרב הורים לבני נוער.

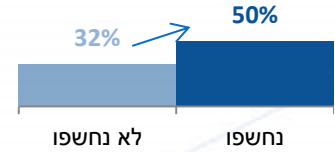
השתתפות בפעילויות יום המדע



- שיעור המשתתפים באירועים אלו גבוה יותר בקרב אקדמאים בעלי הכנסה הגבוהה מהממוצע.



- בעיקר גילאי 18-54
- הורים לילדים- בעיקר בטווח הגילאים 4-18
- כאלו שנחשפו לפעילות התקשורתית



↑ מצוין פער מובהק

שיעור ההשתתפות עד כה נמוך, יחד עם זאת נראה שקיים פוטנציאל להשתתפות עתידית.

- מדדי הכיסוי מצביעים על reach נמוך לפעילות התקשורתית.
- יחד עם זאת, הפעילות התקשורתית אהודה, בעיקר בשל ייחוס החשיבות למדע והעניין שהיא יוצרת בקרב הציבור ובהתאם היא גם נתפסת כחשובה ובעלת תרומה רבה.
- הנושא נתפס כרלוונטי מאוד ומעסיק את הציבור והפעילות התקשורתית אף מוסיפה לו מידע חדש בנוגע לפעילות משרד המדע בקידום המדע בישראל ומשכנעת להשתתף ולהיות מעורבים יותר בתחום.
- ככל שהחשיפה לפעילות תגבר כך פוטנציאל ההשתתפות ביום המדע ופעילויות הקשורות לתחום יגבר.

