

utazó önkéntes-toborzás

A Talentum Alapítvány az Önkéntesség Támogatásáért nevű civil szervezet az-zal a céllal jött létre, hogy a dél-alföldi régióban tevékenykedő önkéntesek munkáját segítse és támogassa képzésekkel, tanácsadással, illetve önkénteseknek és önkénteseket fogadó szervezeteknek biztosított szolgáltatásokkal.

Alapvetően két nagyobb területen tevékenykedünk: képzési szolgáltatásokat nyújtunk civil szervezetek munkatársainak, valamint a társadalom tagjait motiváljuk önkéntes munkában való részvételre – fejt ki B. Balogh Edit az alapítvány elnöke.

A Talentum Alapítvány 2006-ban Önkéntes Központot nyitott, majd 2009-től működteti a Csongrád Megyei Önkéntes Centrumot. Több hazai önkéntes centrummal hálózatban dolgozik az önkéntesség kultúrájának elterjesztésén.

2011-ben az Önkéntesség Európai Éve alkalmából a Csongrád Megyei Önkéntes Centrum Információs Pontot működtetett Csongrád megyében.

Ennek feladata volt az önkéntesség teljes körű megyei képviselete a lehető leg szélesebb körben, a lakosság megszólítása minél hatékonyabb eszközökkel, valamint az önkéntesség láthatóvá tétele.

A tematikus évben átfogó kampányra került sor, mely során a megszólítandó célcsoportokat a hozzájuk legközelebb álló csatornákon kívánta az Információs Pont elérni.

A speciális üzenetű reklámok mellett az általános – a nagyközönséghez elérő – eszközök alkalmazása is szempont volt. A járműreklám nagyszámú, vegyes összetételű közönséget tud megszólítani hosszú távon.

Az önkéntesség éve képviselete mellett természetesen a megjelenés célja volt az Önkéntes Centrum reklámozása és elérhetőségének nyilvánossá tétele is.

A kampány célközönsége Szeged lakossága. A Szegeden közlekedő egyik helyi autóbuszvonalon és az egyik helyi villamosvonalon a jármű belsejében

felszerelt monitoron kisfilmet mutattunk be hirdetéssel egybekötve, a busz hátsó szélvédőjén fólia plakátot helyeztünk el.

A reklámok mindegyik fajtája a tematikus év folyamán végig szerepelt a járműveken.

A kisfilm az önkéntesség legjellemzőbb területeit mutatta be egy-egy önkéntes tevékenységre jellemző képpel, egy-egy cselekvésre hívó mondattal, a záró képen pedig az Önkéntesség Európai Éve és az Önkéntes Centrum elérhetősége jelent meg logókkal.

A busz hátsó szélvédőjén látható fólia plakáton az Önkéntesség Európai Évének reklámját helyeztük el, a helyi képviselő elérhetőségével.

Érdekeség, hogy Európában a tematikus évnek közös arculat készült, amely valamennyi Információs Pont sajátja volt 2011-ben.



Szegeden nagyon sok ember utazik tömegközlekedéssel. A reklámok a hosszú, és a város számos frekvenciát érintő járaton egész nap láthatóak voltak.

A választott reklámozási formák nagyon feltűnőek, az emberek szívesen kitöltik a utazási időt nézelődéssel. A megjelent reklámok színesek, egyszerű formában, de hatásos tartalmat közöltek, illetve képi megjelenítésük olyan volt, ami felkeltette a néző figyelmét.

A Önkéntes Centrum korábbi reklámozási költségeihez képest nagyobb befektetést igényelt a járműreklám, ez pályázati forrásból valósult meg. A megjelenések után hamarosan megnőtt az érdeklődő és a regisztráló önkéntesek száma, jóval többen kerestek rá a honlapunkra az interneten.

Az önkéntesek a jelentkezésük során regisztrációs lapot töltenek ki, amelyek egyik kérdése, hogy hol hallott az Önkéntes Centrumról? A regisztrációs lapok

így jól megmutatták és dokumentálták a reklámok hatékonyságát.

Az Önkéntes Centrum munkatársai megállapították, hogy a járműveken történő reklámozás hatékony eszköz, bár az egyik legdrágább, azonban meghozza a várt eredményt.

Meglepő, milyen sokan nézik a járműreklámokat. Ha sikerül a reklámfilmel megfelelően hatásosan elkészíteni, az emberek megszólítva érzik magukat és megmozdulnak.

Minden civil szervezetnek hasznos lehet, ha nagy tömegekhez, kevésbé szegmenztáit célcsoporthoz szeretne eljuttatni információt egy-egy településen belül, ahol létezik tömegközlekedés.

Főként olyan széleskörű toborzáshoz, hirdetéshez célszerű eszköz, ahol rövid idő alatt fontos információkat kell hatékonyan eljuttatni a célközönséghez.

Akkor a leghatékonyabb, ha egy szervezet állandó arculatát, üzenetét jeleníti meg; nem kell hozzá sok magyarázó szöveg, a legjobb, ha mintegy „beégeti” a reklám a legfontosabb üzeneteket – logó, szervezet neve, szlogenje, megkapó kép – a néző emlékezetébe.

Ezen arculati elemek felhasználásával, szín és formavilágával került megjelenítésre a járműmatrica. (Pl.: Tallinban ugyanezekkel a színekkel és betűtípussal futott (természetesen éjszaki nyelven) az Önkéntesség Évének reklámja, amelyet mi magunk is láttunk). A villamos közönségnek szóló monitorán egy képben, szöveges feliratú reklám jelent meg egy buzdító mondattal, és az Önkéntes Centrum elérhetőségével, logóval.



hálózatban dolgozunk
az önkéntesség
kultúrájának
elterjesztésén

Olyan sokan vagyunk
a **MENHELYEN**, mint
TI A BUSZON.

Akaszám: 18469453-1-06



1%



CONECTO



Mercedes-Benz

H LIF:759
www.conecto.hu

a szlogent mindig
az aktuális felülethez
igazítottuk