

## **Povabilo na natečaj: »Inkubator PRiložnosti«**

Osnovni namen naloge je **priprava načrta komunikacijskih aktivnosti za kampanjo ozaveščanja o okužbi s HPV, preventivi in povečanju precepljenosti proti humanim papilomavirusom (HPV)**

### **Cilji kampanje:**

- ozaveščanje o okužbi s HPV, raku materničnega vratu, preventivi in cepljenju proti HPV,
- dvig precepljenosti proti HPV med mladimi.

### **Ciljna skupina:**

Mladi med 15-25 let, vključno s srednješolci in študenti.

### **Trajanje kampanje:**

od oktobra 2024 do marca 2025.

### **Budget:**

20.000 EUR

### **Namen:**

Naš glavni cilj je informirati in motivirati mlade, da se aktivno odločajo za cepljenje proti HPV, s tem pa prispevajo k preprečevanju raka materničnega vratu in drugih bolezni, povezanih s HPV.

### **Ključna komunikacijska sporočila:**

- pomen cepljenja proti HPV za preprečevanje raka,
- razumevanje tveganja za HPV in pomen preventive,
- dolgotrajne posledice okužbe s HPV,
- pomembnost cepljenja tako za deklice kot fante,
- varna spolnost in uporaba zaščite,
- razumevanje, varnost in učinkovitost cepljenja.

### **Komunikacijski ton in stil:**

Naš pristop je spoštljiv, topel in podporen, z jasnim, pozitivnim in izobraževalnim sporočanjem. Želimo vzpodbuditi zanimanje in participacijo mladih z uporabo znanstveno utemeljenih informacij in osebnih izkušenj.

### **Naloga:**

Vaša naloga je razviti celovit načrt komunikacijskih aktivnosti, ki vključuje:

- določitev komunikacijskih ciljev,
- segmentacija ciljne skupine in prilagoditev sporočil,
- izbira orodij, kanalov in aktivnosti za komunikacijo,
- priprava terminskega načrta in okvirne finančne ocene,
- iskanje inovativnih rešitev za doseganje ciljev kampanje.

### **Pri pripravi učinkovite komunikacijske rešitve vam bodo v pomoč naslednja vprašanja:**

- Kdo je naša ciljna skupina in kakšne so njihove glavne značilnosti?
  - Razmislite o demografskih podatkih, interesih, navadah in komunikacijskih kanalih, ki jih najpogosteje uporabljajo mladi med 15 in 25 let.
  
- Kakšna so obstoječa znanja in percepcije ciljne skupine o HPV in cepljenju proti HPV?
  - Kako lahko naslovimo morebitne napačne predstave in povečamo razumevanje pomembnosti cepljenja?
  
- Katera ključna sporočila želimo prenesti ciljni skupini?
  - Kako lahko ta sporočila oblikujemo na spoštljiv, jase in pozitiven način, da bodo odmevala pri mladih?
  
- Preko katerih komunikacijskih kanalov in orodij bomo dosegli našo ciljno skupino?
  - Kateri digitalni in tradicionalni mediji so najbolj primerni za doseg mladih?
  
- Katere vrste aktivnosti in vsebine bodo najbolj učinkovite pri spodbujanju ozaveščenosti in angažiranosti?
  - Razmislite o inovativnih pristopih, kot so družbena omrežja, interaktivne delavnice, vplivneži, video vsebine itd.
  
- Kako lahko merimo uspešnost naše kampanje?
  - Kateri kazalniki uspešnosti (KPI-ji) bodo uporabljeni za spremljanje napredka in oceno učinkovitosti?

- Kakšen je naš terminski načrt za izvedbo kampanje?
  - Kako se časovni raspored aktivnosti prilega šolskemu koledarju in drugim relevantnim dogodkom, ki bi lahko vplivali na dosežek kampanje?
  
- Kakšna je predvidena okvirna finančna struktura izvedbe?
  - Katere so glavne postavke stroškov in kako lahko zagotovimo učinkovito rasporeditev proračuna?
  
- Kako lahko vključimo osebne izkušnje ali pričevanja v našo kampanjo za večjo prepričljivost?
  - Kako lahko uporabimo resnične zgodbe za povezovanje s ciljno skupino na bolj osebni ravni?