|  |
| --- |
| **დამკვეთი:** მ. იაშვილის სახელობის ბავშვთა ცენტრალური საავადმყოფო **მიმართულება:** საქართველოს წამყვანი პედიატრიული ცენტრი, რომელიც ნახევარი საუკუნე პატარების ჯანმრთელობისა და სიცოცხლის სადარაჯოზე დგას. **მიზანი:** კამპანია “გაიზარდე”-ს ცნობადობა, პაციენტების ნაკადის და მშობლების კმაყოფილების ზრდა |

|  |
| --- |
| **ჰოსპიტლის ისტორია** |

ნახევარი საუკუნე პატარების ჯანმრთელობისა და სიცოცხლის სადარაჯოზე – დღეს უკვე ამერიკის საერთაშორისო აკრედიტაციის მქონე იაშვილის ბავშვთა ცენტრალური საავადმყოფო 50 წელია, ქვეყნის ნომერ პირველი მრავალპროფილური პედიატრიული ცენტრის სახელს ინარჩუნებს და პატარა პაციენტებისთვის სრულფასოვან სამედიცინო სერვისს ქმნის.

იაშვილის საავადმყოფო ერთადერთი პედიატრიული მრავალპროფილური, რეფერალური კლინიკაა ქვეყანაში და მრავალ უნიკალურ სამედიცინო სერვისთან ერთად, უზრუნველყოფს 24-საათიან სამედიცინო მომსახურებას პრაქტიკულად ყველა მიმართულებით.

იაშვილის საავადმყოფო პატარა პაციენტებზე მორგებულ, კომფორტულ და სტრესისგან რაც შეიძლება თავისუფალ გარემოს ქმნის. შექმნილია გასართობი და მოსასვენებელი სივრცეები როგორც ბავშვებისთვის, ასევე – მათი თანმხლები პირებისთვის.

**მესიჯი**

**„გაიზარდე”** - ჯანმრთელობის მცველი

**ხედვა**

იყოს სანდო „ჯანმრთელობის მცველი“, რომელიც დაბადებიდან სრულწლოვანებამდემის გვერდითაა და მშობლების მხარდამჭერია ბავშვის ჯანმრთელი განვითარების გზაზე. (არ უნდა ასოცირდებოდეს ჰოსპიტალთან/ ნეგატიურ გამოცდილებაზე)

**ღირებულებები**

მშობლების და ბავშვების გვერდით - ყველა ნაბიჯზე

|  |
| --- |
| **კამპანიის შესახებ - რატომ “გაიზარდე”?** |

დათუნა ოთხი წლისაა. მას უყვარს სირბილი, ხტუნვა და ხეზე ცოცვა, ყოველ ჯერზე, როცა მუხლს ან ხელს გაიკაწრავს, დედა ჩამოჯდება მის გვერდით, თითზე ნაზად გადაუსვამს იოდს და დაუმატებს:  
— *გაიზარდე, დათუნა!*

დათუნა ფიქრობს, რომ "გაიზარდე" ჯადოსნური სიტყვაა.

როდესაც გაცივდა და ეზოში თამაშის მაგივრად ლოგინში ჩაწოლა მოუწია, ბებო ცხელი ჩაით ხელში თავთან ჩამოუჯდა, შუბლზე აკოცა და უთხრა:  
— *გაიზარდე, ბებო...*

დათუნა ფიქრობს, რომ *ყოველ ჯერზე ამ სიტყვით ადამიანი უფრო მალე ხდებიან დიდი.*

გაცივდა - გაიზარდე!

დააცემინა - გაიზარდე!

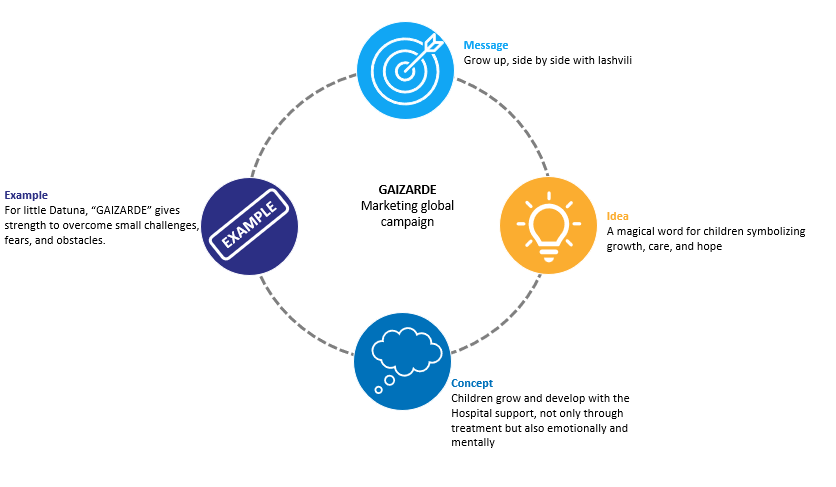
სიცხე აქვს - გაიზარდე!

ატირდა — გაიზარდე!

დათუნასთვის იმდენად ჯადოსნური სიტყვაა. თავადაც ამ სიტყვით ზრუნავს მის სათამაშოებზე და ამბობს - *ნუ გეშინია, გაიზარდე!*

ასე სწავლობს დათუნა ზრდას - ყველა ჭრილობის, ცრემლის და ცემინების მერე, ოდნავ უფრო გაიზარდა და ოდნავ უფრო მიხვდა, რომ "გაიზარდე" მხოლოდ სურვილი არაა - ეს სითბოა, ზრუნვა, იმედი და გზა დიდობამდე.

|  |
| --- |
| **ბრენდის როლი - “გაიზარდე” - ჯადოსნური სიტყვა, რომელიც ზრუნვასთან და იმედთან ასოცირდება** |

****

|  |
| --- |
| **კამპანიის მიზნები** |

* **კამპანია “გაიზარდე”-ს ცნობადობა**
* **პაციენტების ნაკადის ზრდა**
* **მშობლების კმაყოფილების ზრდა**

|  |
| --- |
| **სამიზნე აუდიტორია** |

* **ძირითადი:**  
  ბავშვების მშობლები, მომავალი მშობლები.
* **მეორადი:**  
  პედიატრები, მასწავლებლები, საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, მედია

ქცევითი მახასიათებლები

1. აქტიურად ეძებენ სანდო სამედიცინო ინფორმაციას (ონლაინ, სოციალურ ქსელებში, ექიმებთან)
2. გადაწყვეტილებებს იღებენ ემოციის + ნდობის საფუძველზე
3. განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ:

* უსაფრთხოებას
* ექიმების კვალიფიკაციას
* რეალურ ისტორიებსა და გამოცდილებას

1. ხშირად კითხულობენ:

* მშობლების ფორუმებს
* Facebook ჯგუფებს
* კომენტარებსა და შეფასებებს

1. სწრაფად რეაგირებენ კონტენტზე, რომელიც ეხება:

* ბავშვთა ჯანმრთელობას
* პრევენციას
* გადაუდებელ დახმარებას

1. ენდობიან სახელმწიფო და რეფერალურ სამედიცინო დაწესებულებებს

|  |
| --- |
| **მთავარი მესიჯი** |

* **ნდობა:**  
  „სამედიცინო მხარდაჭერა – ბავშვის ფიზიკური და გონებრივი ჯანმრთელობა.“
* **ოჯახზე ორიენტირებული ზრუნვა:**  
  „ ჩვენ ერთად ვზრდით ჯანმრთელ მომავალს.”
* **ზრდა მკურნალობის მიღმა:**  
  „პირველი ნაბიჯებიდან დიდ ოცნებებამდე – მუდამ თქვენ გვერდით.“
  + მშობელს ყოველთვის აქვს განცდა, რომ ბავშვები მალე იზრდებიან და ყოველი წლის მატებასთან ერთად იცვლება ემოცია. (ის არასდროს აღარ იქნება ისეთი პატარა. შეიგრძენი, დატკბი ყოველი წამით)
* **ეროვნული სიამაყე:**

“Raised with care. Raised in Georgia.”  
„გაზრდილი ზრუნვით. გაზრდილი საქართველოში.”

„გაიზარდე ზრუნვით. გაიზარდე საქართველოში.”

|  |
| --- |
| **საკუმონიკაციო ენა** |

* სანდო, პროფესიონალური
* თბილი, მზრუნველი და ადამიანური (პაციენტზე ორიენტირებული მიდგომით)
* მარტივი, მოკლე და გასაგები კომუნიკაცია

|  |
| --- |
| **ძირითადი ინსაითები კამპანიისთვის** |

**1. მშობელის მუდმივი შიში „ნეტავ სწორად ვზრდი?“**

**ინსაითი:**  
ბავშვის ზრდასთან ერთად იცვლება შიშებიც:  
ახალშობილი → ტემპერატურა  
პატარა ასაკი → განვითარება  
მოზარდი → ფსიქოლოგიური და ფიზიკური ცვლილებები

კამპანია უნდა ეუბნებოდეს:  
**„შენ მარტო არ ხარ. ჩვენ შენთან ერთად ვიზრდებით.“**

**2. ჯანმრთელობა მშობლისთვის = დაცულობის განცდა**

**ინსაითი:**  
მშობელს არ სჭირდება მხოლოდ მკურნალობა - მას სჭირდება სიმშვიდე, რომ ვიღაც მუდმივად მის გვერდითაა.

კამპანია უნდა ეუბნებოდეს:  
**„გაიზარდე — ჯანმრთელობის მცველი“**

**3. ბავშვი იცვლება - ზრუნვა უნდა იზრდებოდეს მასთან ერთად**

**ინსაითი:**  
ერთი და იგივე მიდგომა არ მუშაობს 1 წლის, 5 წლის და 15 წლის ბავშვზე.  
მშობელს სურს ადგილი, რომელიც არ მობეზრდება მის შვილს.

კამპანია უნდა ეუბნებოდეს:  
ზრდის ეტაპები - სხვადასხვა საჭიროება - ერთი სანდო სივრცე.

**4. მშობლებს ეშინიათ შეცდომების**

**ინსაითი:**  
„დავაგვიანე?“  
„ზედმეტად ხომ არ ვღელავ?“  
„ნორმალურია ეს თუ არა?“

კამპანია უნდა ეუბნებოდეს:  
**მხარს გიჭერთ.**

**5. მშობლისთვის ემოციური გამოცდილება**

**ინსაითი:**  
ბავშვის ექიმთან ვიზიტი - სტრესი  
მშობელი ეძებს არა უბრალოდ პროფესიონალს, არამედ ადამიანს, ვისაც შეუძლია დამშვიდება.

**6. მშობლის ფარული სურვილი**

**ინსაითი:**  
მშობელს უნდა იგრძნოს, რომ „კარგი მშობელია“.

კამპანია უნდა ეუბნებოდეს:  
თუ შენ აქ ხარ - შენ სწორად ზრუნავ.

|  |
| --- |
| **კონკურენტული გარემო** |

ჟვანიას ჰოსპიტალი, ციციშვილის კლინიკა, პრივატ კლინიკა, ბოკერიას ჰოსპიტალი, ჯერარსის ჰოსპიტალი, ნიუ ჰოსპიტალი, ამერიკული ჰოსპიტალი.

|  |
| --- |
| **მნიშვნელოვანია, სააგენტომ გაითვალისწინოს** |

იაშვილის ჰოსპიტლის ბრენდ გაიდლაინი

|  |
| --- |
| **Final Deliverables (რას ვითხოვთ სააგენტოსგან)** |

**კრეატიული მიმართულება:**

* საკომუნიკაციო პლატფორმა
* Launch კამპანიის კონცეფცია
* ვიდეო კლიპის სცენარი
* კამპანიის ვიზუალური სტილი
* ვიდეოს გადაღება

|  |
| --- |
| **შესარჩევ ეტაპზე წარმოსადგენია:** |

* ბიუჯეტი (კრეატიული მიმართულებით სამუშაოს შესრულების და ვიდეოს დამზადების (გადაღების მიახლოებითი ბიუჯეტი)
* ვადა (კრეატიული მიმართულებით სამუშაოს შესრულების და ვიდეოს დამზადების)
* კრეატიული სააგენტოს პორტფოლიო