



2021-10-10

Kommunikationsansvarig

Ellinor Günther

Gryaab AB, Box 8984, 402 74 Göteborg, [031-64 74 00](tel:031-647400), gryaab.se

Jubileumskampanj ”50 år i havets tjänst”

Gryaab kommer 2022 att ta tillfället i akt att satsa på bredare kommunikation i samband med att Ryaverket fyller 50 år. Tanken är att vi lyfter saker vi åstadkommit genom åren och samtidigt blickar framåt för att sprida information om Nya Rya och framtidens hållbara avloppsvattenrening med syftet att öka kännedomen om Gryaab och vårt huvuduppdrag.

Målgrupp

Vår prioriterade målgrupp är från 18 år och uppåt i våra ägarkommuner. Eftersom vi under 2021 satsat på att bygga upp en ny skoljsajt med nya nytt material väljer vi i kampanjen att fokusera på vuxna. Under kampanjperioden kan vi både kommunicera brett och även bryta ner kommunikationen till smalare målgrupper.

Urval av aktiviteter

Kampanjwebb

Som en samlingsplats för all kommunikation skapar vi en kampanjwebb. Där samlas all kommunikation under kampanjen och en egen domän ger jubileet 100 procent fokus under perioden. Webben ger målgruppen möjlighet att följa och se alla aktiviteter som planeras.

Sociala kanaler

Vårt fokus kommer att ligga i sociala kanaler där vår ambition är att köra 4-6 kampanjer under 2022. Under framtagandet av strategi- och budskapsplattform kommer kampanjerna planeras i detalj men kan röra 50-års jubileet i sig, om Ryaverkets utveckling genom tiderna, om Nya Rya, om framtida miljökrav, om nuvarande medarbetare, om

Gryaab som en långsiktig, stabil arbetsgivare, om människors olika beteende (när det gäller avlopps-vett), korta fakta i form av ”visste du att...” med mera.

Inom ramen för det här ingår bland annat annonsering genom:

- ✓ Facebook och Instagram, geografiskt styrt mot samtliga kommuner, segmenterat på exempelvis ålder och intresseområden för att rikta olika budskap och testa hur de landar i de olika segmenten.
- ✓ LinkedIn annonser, riktade mot beslutsfattare och högre befattningar inom kommunala och regionala verksamheter.
- ✓ Annonsbanners i digitala tidningar som GP, GT och lokaltidningarna i våra ägarkommuner.

Aktiviteterna i sociala kanaler kan handla om filmer med olika budskap. I kombination med ovanstående kommer vi att göra ett antal pressreleaser, artiklar till kampanjwebben med mera.

Bokade visningar på Ryaverket ger möjlighet till dialog

Den digitala annonseringen kompletteras med möjlighet till att boka visningar på Gryaab. Denna gång väljer vi alltså inte ett öppet hus då ett sådant event är väldigt osäkert att planera då vi inte kan veta antalet besökare. Det är också ett kostnadsdrivande event med allt material som behövs, personalkostnader och så vidare. De bokade visningarna hålls under en tvåveckorsperiod onsdag-söndag. Annonsering av dessa ingår i de 4-6 kampanjer som planeras och besöken kommer att kunna bokas ge-ööööööööööonom vår kampanjsajt. Visningarna kommer att ske i samband med att det verkligen jubiléet sker, i september 2022.

Förväntad effekt

Genom kampanjen bör vi öka kännedomen om Gryaabs verksamhet från den förra mätningen som gjordes av Sifo 2018. Då var kännedomen 42 procent och vårt mål är att öka den till 50–55 procent.

Med den medieinvestering vi gör är målet att nå mellan 200 000–320 000 exponeringar, alltså till exempel antal klick, videovisningar, räckvidd med mera. Genom att använda

digitala kanaler ger det oss större möjlighet till mätning samt också möjlighet att justera och rikta kampanjerna över tid för maximal spridning.

Uppskattade externa kostnader

Med ovanstående aktiviteter, inklusive strategi, budskapsplattform och medieinköp landar kostnaderna för den externa kommunikationen på totalt cirka 800 000 kronor.

Internt firande

Självklart ska Gryaab också fira 50-årsjubiléet internt. Det firandet ligger inte inom budgetramen för den externa kommunikationen.