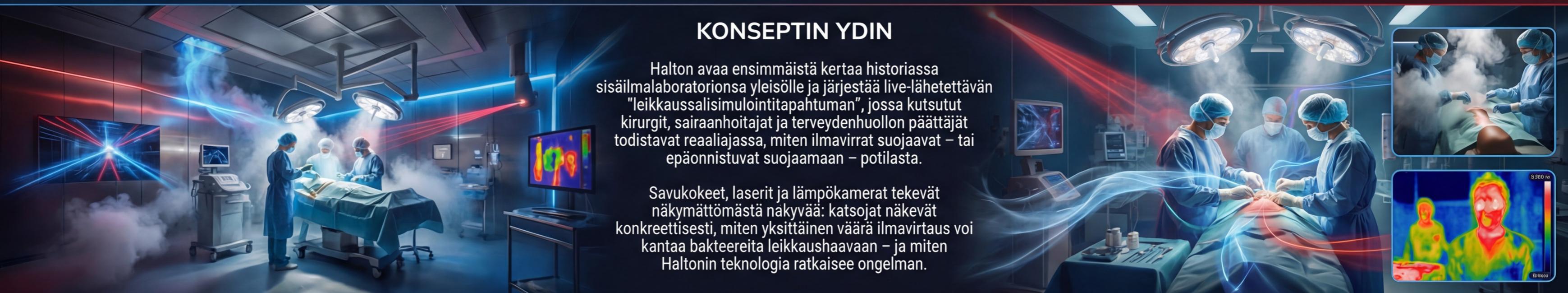


ILMAN NÄKYMÄTÖN ARMEIJA

Halton avaa ensimmäistä kertaa historiassa sisäilmalaboratorionsa yleisölle ja järjestää live-lähetettävän leikkaussalimulointitapahtuman, jossa kutsutut kirurgit, sairaanhoitajat ja terveydenhuollon päättäjät todistavat reaalialajassa, miten ilmavirrat suojaavat potilasta.

TIIVISTYS

MITÄ? Halton avaa ensimmäistä kertaa historiassa sisäilmalaboratorionsa yleisölle ja järjestää live-lähetettävän "leikkaussalimulointitapahtuman", jossa kutsutut...
MITEN? Pääformaatti: - Live-tapahtuma (kutsuvierastilaisuus, 100–150 henkeä): Halton innovation Hub avataan terveydenhuollon päättäjille, arkkitehdeille ja...
MIKSI? Tekee Halton Oysta puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi.



KONSEPTIN YDIN

Halton avaa ensimmäistä kertaa historiassa sisäilmalaboratorionsa yleisölle ja järjestää live-lähetettävän "leikkaussalimulointitapahtuman", jossa kutsutut kirurgit, sairaanhoitajat ja terveydenhuollon päättäjät todistavat reaalialajassa, miten ilmavirrat suojaavat – tai epäonnistuvat suojaamaan – potilasta.

Savukokeet, laserit ja lämpökamerat tekevät näkymättömästä näkyväksi: katsojat näkevät konkreettisesti, miten yksittäinen väärä ilmavirtaus voi kantaa bakteereita leikkaushaavaan – ja miten Haltonin teknologia ratkaisee ongelman.

NÄIN SE TOIMII

Pääformaatti:



Live-tapahtuma (kutsuvierastilaisuus, 100–150 henkeä): Halton Innovation Hub avataan terveydenhuollon päättäjille, arkkitehdeille ja LVI-suunnittelijoille. Tapahtuma sisältää kolme "koetta", joissa demonstroidaan ilmanvaihdon vaikutusta infektoriskiin.



Dokumentaarinen pääjakso (30–40 min, YouTube): Tapahtuman kooste, sisältää haastattelut, kokeiden selitykset ja asiantuntijakommentit.

Julkaisurytmi ja kaari

- | | | | | |
|--|---|--|---|--|
| 1. Viikko -4 | 2. Viikko -2 | 3. D-Day | 4. Viikko +1-4 | 5. Viikko +6 |
| Teaser-kampanja LinkedInissä ja TikTokissa: "Mitä et näe leikkaussalissa?" | Kutsu-PR: kohdennetut kutsut päättäjille ja medialle. LinkedInissä "behind the scenes"-sisältöä laboratorion valmistelusta. | Live-lähetys tapahtumasta (YouTube + LinkedIn Live). Reaalialainen vuorovaikutus: katsojat voivat äänestää, mitä koetta seuraavaksi tehdään. | Jälkisäätösarja: 5–7 lyhyttä (60–90 s) klippiä TikTokiin, Reelsiin ja LinkedIn-videoiksi – kukaan keskittyy yhteen "aha-hetkeen" (esim. "Näin bakteeri kulkee ilmassa", "Mitä tapahtuu, jos ovi avataan väärään aikaan"). | Podcast-yhteistyö: Haltonin asiantuntija vieraana pohjoismaisessa terveydenhuolto- tai arkkitehtuuripodcastissa. |

Laajennukset:

OOH (valikoitu): Sairaaloiden ja LVI-alan messujen läheisyydessä digitaaliset näytöt, joissa pyörii lyhyt "savu paljastaa"-loop.



PR: Tapahtumasta tarjotaan eksklusiivinen ennakkopääsystä yhdelle pohjoismaiselle terveydenhuollon julkaisulle (esim. Mediutiset, Dagens Medicin).



Ilalton-kampanja: Käksurim varvauusmaissa?



Vaikust-yhteistyö: terveytuoinpodcanisetti?

STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIÖ



Pääkanava:
LinkedIn



Toissijaiset kanavat:
YouTube, TikTok, Instagram Reels



Vaikutus & Tavoittavuus:
Kohderyhmän aktivoointi Pohjoismaissa

Konsepti joka tekee Halton Oysta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.