

ILMAN NÄKYMÄTÖN ARMEIJA

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

TIIVISTYS

MITÄ? Halton avaa ensimmäistä kertaa historiassa sisäilmalaboratorionsa yleisölle ja järjestää live-lähetettävän "leikkaussalisimulointitapahtuman", 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 "leikkaussalisimulointitapahtuman", jossa kutsutut kirurgit, sairaanhoitajat ja terveydenhuollon päättäjät todistavat reaaliajassa, miten ilmapirrat suojaavat – tai epäonnistuvat suojaamaan – potilasta.

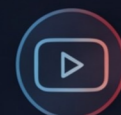
Savukokeet, laserit ja lämpökamerat tekevät näkymättömästä näkyvää: katsojat näkevät konkreettisesti, miten yksittäinen väärä ilmapirtaus voi kantaa bakteereita leikkaushaavaan – ja miten Haltonin teknologia ratkaisee ongelman.

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 infektioriskiin.



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

Julkaisurytmi ja kaari

1. Viikko -4

Teaser-kampanja
LinkedInissä ja TikTokissa: "Mitä et näe leikkaussalissa?" – lyhyitä klippejä, joissa savu ja laserit paljastavat ilmapirtoja.

2. Viikko -2

Kutsu-PR: kohdennetut kutsut päättäjille ja medialle. LinkedInissä "behind the scenes" -sisältöä laboratorion valmistelusta.



3. D-Day

Live-lähetys tapahtumasta (YouTube + LinkedIn Live). Reaaliaikainen vuorovaikutus: katsojat voivat äänestää, mitä koetta seuraavaksi tehdään.

4. Viikko +1-4

Jälkisisältösarja: 5–7 lyhyttä (60–90 s) klipit TikTokiin, Reelsiin ja LinkedIn-videoiksi – kukin keskittyy yhteen "aha-hetkeen" (esim. "Näin bakteeri kulkee ilmassa", "Mitä tapahtuu, jos ovi avataan väärään aikaan").

5. Viikko +6

Podcast-yhteistyö: Haltonin asiantuntija vieraana pohjoismaisessa terveydenhuolto- tai arkkitehtuuripodcastissa.



Ilalton-kampanja: Käsurlim varvauksmaissa?



Vaikutus-yhteistyö: terveytuoinpodcaniseu?

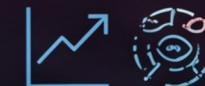
STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIÖ



Pääkanava:
 LinkedIn



Toissijaiset kanavat:
 YouTube, TikTok, Instagram Reels



Vaikutus & Tavoitavuus:
 Kohderyhmän aktivointi Pohjoismaissa

Konsepti joka tekee Halton Oysta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.