

Elion

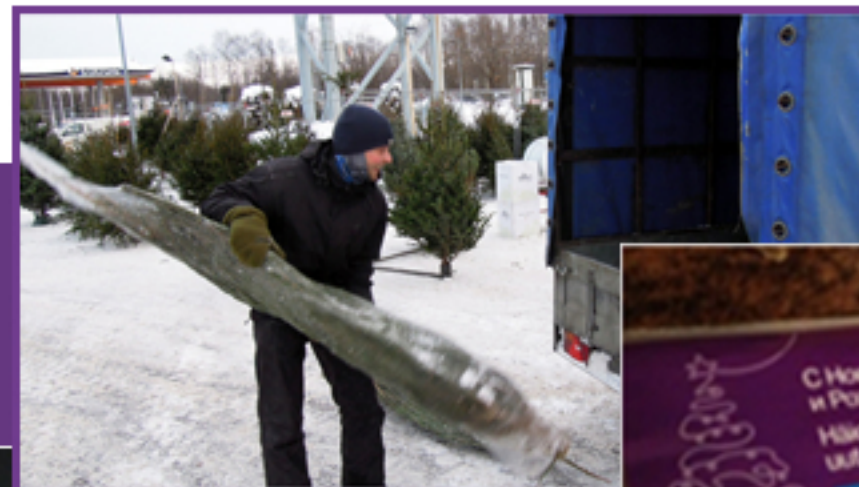
Vene pühadekampania

MEDIACOM
People first, better results

EESMÄRK

Kampania eesmärk oli tuua Elioni brändi vene rahvusest inimestele emotsionaalsel tasandil lähemale, sest paar kuud varem tuli Elion välja uue venelastele mõeldud kontseptsiooniga „Me räägime vene keelt“, mis kõnetas vene rahvast Eestis esmakordselt nende omas keeles. Nüüd oli aeg seda sõnumit inimeste jaoks veelgi omasemaks muuta jõulude ajal ja võimalikult venepärase kampaniaga, mis annab sihtrühmale tunnet, et Elion mõistab neile omaseid väärtusi.

Venelased on palju emotsionaalsemad inimesed kui eestlased. Seepärast lähevad neile rohkem korda ka siira sõnumiga kampaniad, mis tekitavad positiivset emotsiooni ilma midagi vastu tahtmata.



IDEE JA LAHENDUS

Idee otsimisel toetusime MediaCom Business Science'i 2011 aasta uuringule, mis leidis, et mitte-eestlased osalevad väga aktiivselt raadiomängudes. Seda enam kui loositakse välja praktiline auhind. Kasutasime raadiomängu, mis tuletas meelde vanu häid vene aegu, ning loobusime traditsioonilisest välimeediast. Mõtlesime välja hoopis jõulukuuskede külge riputatavad praktilised ning pühadehõngulised trafaretid millega saime siirad jõulusoovid kuuseostjatele kaasa anda.

Lahenduseks oli klassikaline raadiomäng, millele lisasime sisulise motorika, mis võimendas kanali mõjusust antud sihtrühmas. Kuna meie eesmärk oli pakkuda tugevat positiivset emotsiooni, siis otsustasime kasutada tuntud vene aastavahetuse filmidest pärit tsitaate, mida kõik venelased teavad ja armastavad. Kuulajate ülesanne oli õigesti lõpetada saatejuhi esitatud tsitaadi algus. Lihtsa kontseptsiooni lisamisega suutsime pakkuda meeldivat üllatust mitte ainult osalejatele, vaid kõigile kuulajatele. Raadiomängu auhinnaks oli samuti lihtne, armas ja kuluefektiivne asi – jõulukuusk.



KLIENT: Elion Ettevõtte AS

KAMPAANIA AEG: 10. detsember 2012 - 7. jaanuar 2013

AGENTUUR: Meediaagentuur - MediaCom Estonia,