

1. kampaania nimi:

## **Work in Estonia guerilla-reklaam Tinderis**

2. kampaania aeg: Kevad 2015

3. klient: EAS

4. agentuur(id): IDEA AD

5. meediastrateegia (maksimaalselt 500 tähemärki): taustainfo, kasutatud meedialiigid ja põhjendus meedia- pindade valikule, sihtrühma analüüs, idee:

Eestis on sadu vabu töökohti IT-valdkonnas, samal ajal kui Soomes on hinnanguliselt 20 tuhat töötut IT-valdkonna spetsialisti. “EAS kutsub Eestisse tööle” peamine sihtgrupp oli IT-spetsialistid, noored kuni 35-aastased vallalised mehed, kellel on lihtne välismaale kolida. Antud sihtgrupp on väga aktiivne *online*-kanalites ja ka mobiilis. Otsustasime neid kõnetada väga ootamatus kohas – Tinderis, kus vallalised ja töötud ju ikka aega veedavad.

6. teostuse kirjeldus; Lõime Tinderis kaks kontot – ühe meeste ja teise naistele ning varustasime need Work in Estonia visuaalide ja sõnumitega. “Paigutasime” end Helsingi kesklinna ja hakkasime kõiki kasutajaid Helsingi linna piires endale meeldivaks klikkima ehk paremale *swipe*’ima – *like there was no tomorrow! Swipe* paremale tähendab Tinderis, et see kasutaja meeldib sulle. Kui ka meie meeldime antud kasutajale, tekib klapp ehk *match* ning me mõlemad saame sellest automaatselt teada. Kõikidele *match*’idele saatsime personaalse sõnumi ja palusime neil külastada Work in Estonia veebiportaali.

7. kampaania tulemused; Tuhanded *swipe*’id ja sajad *match*’id.

8. loovlahenduse näidis: Lisatud rakenduse vaated ja video.

## **Work in Estonia guerilla-ad on Tinder**

Spring 2015

Client: EAS

Agency: IDEA AD

There are hundreds of available job positions in IT sector in Estonia, meanwhile in Finland there are approximately 20 000 unemployed IT specialists. Enterprise Estonia invited them to work in Estonia. The main target group was young, above 35 y.o. single IT specialists, the ones for whom it's easy to move abroad. Mentioned target group is very mobile active online. We decided to address them at very unexpected place – on Tinder – where all the single and unemployed spend their time.

We created two accounts on Tinder – one for men and another for women – and spiced those up with Work in Estonia's visuals and messages. We “located” ourselves to Helsinki city center and started to swipe right all the users in Helsinki. Swiping right on Tinder means that you have a match and will be notified to both sides automatically. We sent a personal message to all the matches and asked them to visit Work in Estonia's webpage.

The result: hundreds of swipes and hundreds of matches.

Views of the application are added.