

epood või **valed**epood loovlahendus

Joosep Raudsepp & Martin Hirvesaar



Läksime viimasel ajal populaarseks saanud lähenemise teed ning peame tunnistama, et tervikliku loovlahenduse asemel pakume poolikut tööriistakasti. Seega võtkem seda kui Eesti brändi, alati poolik ja mitte kunagi valmis :)

I) Kontsept

Kampaania keskmeks on visuaali ja sõnade mäng, mis näitlikustab, et tihtipeale võib olla keeruline eristada korralikku e-poodi ja pahatahtlikku valedepoodi, mis sümboliseerib tarbijaid petta soovivaid e-keskkondi. **epood** → **valedepood**

Lisaks lubab selline lähenemine kasutada samamoodi sõna ja visuaalimängu ekslike e-toodete puhul, mida vale e-poodides müüakse. **etoode** → **valetoode**

Eesmärgiks on suunata provotseeriva reklaamiga inimesi spetsiaalsetele maandumislehtedele, milleks on www.valepood.ee ning www.epood.ee (nb! Mõlemad domeenid on hetkel ka saadaval!).

Sisu on tegelikkuses mõlemal veebil väga sarnane. Sisenedes teavitatakse kasutajat, et on jõutud Tarbijakaitseameti näidis e-poodi, kus saab nõuandeid turvaliste ostude tegemiseks internetis. Maandumisleht on ka ainus koht kus kasutatakse Tarbijakaitseameti CVI-d ja logosid. Liikluse suunamisel ja huvi tekitamisel Tarbijakaitseameti logosid ja graafikat ei kasutata – viidet Tarbijakaitsele elimineerivad huvi juba eos ning liikluse suunamine maandumislehele on keerukam.

Tervitustekstist all pool avaneb kohe lüliti, kus on kasutajal võimalik valida e-poe ning valede poe vahel. E-poe ja valede poe layout on väga sarnane, muutub ainult taustavärv ning müüdavad tooted.

Näiteks vajutades valedepoe lülitit saab tavalisest (talvespordivahend) lumelauast hoopiski kirjutuslaud, mille peale on asutatud lumi.

Või muutub ehitusmaterjal penoplast, jaburaks hübriidiks jalopenoplast. Kasutakse kalambuuri ja huumorit, mõeldes välja jaburaid tooteid valede poe jaoks.

Lisaks saavad kasutajad maandumislehele ka ise oma jaburaid tooteid lisada ja neid “fiktiivselt” müüki panna. Jaburaid tooteid saab jagada ka sotsiaalmeedias sõprade seintele, mis kasvatab nähtavust ja annab juurde engagementi.

Liikudes aga tavalises e-poes hiirega ringi ilmuvad erinevad n-ö indikaatorid, mis näitlikustavad, et kaupleja on usaldusväärne. Mida panna tähele, kust leida vajalikke tingimusi jne.

Maandumislehe lüliti:



2) Outdoor

Outdoor reklaamides kasutame valgusefekti. Päeval paistab, et tegemist reklaamiga kus kirjas on epood ning päevavalguse kadumisel (õhtuti), kuid reklaamivalguse sisselülitamisel ilmuvad nähtavale ka tähed valedepood.

Outdoor näiteid



Outdoor näiteid



Outdoor näiteid



Outdoor näiteid



Veebibänner

VALED

epood.ee

Sotsiaalmeedia

Sotsiaalmeedias kasutame peamiselt Facebooki ning selle täpseid reklaamisihtimise võimalusi. Tähelepanu saamiseks jooksutame sotsiaalmeedias “valetooded” reklaame.

Meetodina kasutame peamiselt Facebook Product catalog sales võimalust, mis lubab otse Facebooki oma tootekataloogi laadida ja vastavaid tooteid promoda. Lisaks kasutame ka veebiliiklusele optimeeritud reklaamiliiki. Kõigi reklaamide juures on olemas ka nupp “shop now”, mis jätab mulje, et neid valetooteid on võimalik ka päriselt osta, mis omakorda mängib kognitiivsele dissonantsile.

Kõikidel sotsiaalmeedia reklaamid on peal mõni jabur toode (nt lumest laud) ning tekst “Parima hinnaga [tootenimi]” “Vaata lisa www.valedepood.ee”

Reklaame suuname sihtrühmale 13-35.

Et kindlustada noorema sihtrühma tabamine (13-17), teeme koostööd nende sihtrühma seas populaarsete Eesti Youtuberitega (Martti Hallik, Maria Rannaväli jne), kellel laseme ette lugeda jaburaid tootearvustusi ning näidata erinevaid valetooteid (defektiga tooted, vale suurus, vale värv jne), mis inimesed omale interneti vahendusel tellinud on.

Sotsiaalmeeda



epood.ee
Sponsored · 

 Like Page

Tooted, millest sa ei ole varem kuulnudki! Kaubad, millest ei oskaks unistadagi!

Parima hinnaga

[JABUR TOODE]

vaata lisa

Müüme kõike! Tule ja vaata!

VALEDEPOOD.EE  Shop Now