

“Eesti esimene Milana!”

Vaata lehekülge: www.milanaraamat.ee

Projekti tutvustus

Milana meelelahutuslik raamat “Milana – ühe Eesti modelli päevik” on **Eesti esimene raamat**, mida turundatakse peamiselt ainult sotsiaalse meedia kanalites.

Milana päevik on Eesti esimene e-raamat iPhone´s!

Milana raamat on sotsiaalse meedia turunduse abiga ületanud oma 1 kuu müügieesmärgid kolmekordselt ja püsib siiani raamatümüügi edetabelite tipus.

Projekti väärtused:

- Raamatuid ei olnud seni Eestis veel Interneti sotsiaalse meedia kanalites märkimisväärselt turundatud, seega oli selline **kanalivalik hea võimalus esimesena silma paista, samuti sobis see suurepäraselt raamatu sihtgrupini jõudmiseks.**
- Oluliseks sammuks Milana raamatu turundamisel oli e-raamatu versiooni loomine, selle lansseerimise üritus ja lisanduv meedia. **Esimene Eesti e-turunduse kaudu turundatav raamat on ka Eesti esimene e-raamat iPhone´s!**
- Arvestades sihtgruppi ja minimaalset eelarvet, ehitasime kogu kampaania üles sotsiaalsele meediale, kasutades võimalikult palju kõige esimese positsioonist lähtuvaid võimalusi; **täiesti või peaaegu tasuta vahendeid ja kanaleid.**
- Kasutame massiivselt Facebooki, Twitteri, Orkuti, Youtube, populaarsete moeblogide jnp võimalusi.
- Autor ei soovinud oma isikut avaldada. Seega sai loodud legend tundmatust edukast Eesti tippmodellist ning kasutatud **salapära nii viralites kui kuulujututurunduses.**
- Tanel Veenre arvustus: “Sest selle raamatu puhul ei ole tekst ega sisu piisavalt kaalukad, et neid analüüsida – küll aga väärriks kogu raamatu ümber loodud mull aasta turundusteo karikat.”
<http://www.milanaraamat.ee/2009/12/12/tanel-veenre-milana-arvustus/>

Kliendi poolt püstitatud eesmärgid

- Saada raamatu sihtgrupp, kelleks on 14-30 aastased naised, kes loevad pigem elektroonilist meediat, ostma raamatut.
- Kampaania müügieesmärgid: Raamatümüük jõulumüük detsembris 2009: 500 raamatut (Kontekst: edukaks jõulumüügiks peetakse keskmiselt 300 – 400 uut, täishinnaga raamatut.)
- Raamatümüük 1 aastal kokku: 3000 raamatut (Kontekst: edukaks aastamüügiks peetakse 700 – 1000 raamatut.)
- Teha kampaania väga minimaalse eelarvega
- Paista silma teiste raamatute hulgast, mis jõuludeks müüki paisatakse



Koduleht



New York: Kes on Milana?



Milana raamatu launch

Kliendi hinnang



Milana

Ma poleks osanud arvatagi et minu kui tundmatu autori teos, ükskõik kui hästi see kirjutatud ka pole, küündib müügi-numbrites Ruitlase, Kivirähki ja Önnepalu tasemele. Isegi 9 nädalat peale raamatu müükitulekut on see Rahva Raamatu ilukirjanduse TOP-is neljandal kohal! Kindlasti on oma osa raamatu edukal müügil ka ADM-il. Kuidas muidu oleks raamat ilmunud müügi-TOP kõrgetele positsioonidele detsembri esimestel nädalatel, enne igasugu artikleid ajalehtedes. Rääkimata sellest, et **Milana raamat müüb kordi enam kui Eesti keskmised raamatutiraazid, sellise tagasiside sain hiljuti EPL Raamatukirjastusest koos jaanuari müügitulemustega.**

Raamat müüs ennast esimese müüginädala jooksul Rahva Raamatu müügi TOP-pi (koos Tõnu Önnepalu ja Andrus Kivirähu raamatutega). Raamat püsib jätkuvalt raamatupoodide müügiesetabelites, näiteks Eesti ilukirjanduse edetabelis oli Milana raamat seisuga 14. jaanuar Tõnu Önnepalu järel 2. kohal (Rahva Raamatu müügitop).

Raamatut müüdi 2009 detsembrikuu jooksul plaanitud püsitatud kõrgest eesmärgist (500 tk) 3 korda rohkem, kokku 1500 tk. Selle tulemuse saavutasid praktiliselt ainult sotsiaalse meedia kanalid, sest enne raamatu müükitulekut ei avaldatud ühtegi printreklaami.

Tulemused

Kampaania lansseerimine: 23. nov 2009

Ainult sotsiaalse meedia tulemusena saavutati:

Unikaalseid külastajaid päevas	1000
Mängu klippide vaatamisi	7400 (iga küsimus = 1 klipp)
Facebooki lehel fänne	828

Projekti info

Klient: Milana

URL: www.milanaraamat.ee

Klippide näited:

Milline on Milana? <http://www.youtube.com/watch?v=TMVevgX6tIo>

Milana mäng <http://www.youtube.com/watch?v=1yjm08lnu5Y>

Raamatu lansseerimine <http://www.youtube.com/watch?v=f8eGluxJC5A>

Kampaania ajavahemik: 1. detsember 2009 - ...

Keeled: eesti