

# BRIIF

23.01.2012

## PAF

Äriline probleem	Kommunikatsiooni eesmärgid	
<p>2011. aastal võttis AS Spordiennustus senise kaubamärgi asemel kasutusele brändi Paf. Veidi üle aasta tegutsenud brändi tuntus on 2012. aasta kevadel madal ning portaali paf.com kasutajate hulk eeldatust väiksem.</p> <p>Hasartmängude valdkonna tutvustamisel/reklaamimisel näeb reklaamiseadus ette olulisi piiranguid. Seetõttu otsime alternatiivseid lahendusi eelkõige PR- ja üritusturunduse valdkonnas.</p>	<p>Eesmärgid:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tutvustada avalikkusele Paf-brändi, kasutades selleks PR-i või üritusturunduse võimalusi</li> <li>- Kasvatada Paf-i turuosa</li> <li>- Suurendada paf.com portaali külastatavust ja registreeritud kasutajate arvu</li> </ul>	
<p><b>Sihtrühm</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Noored alates 21. eluaastast</li> <li>- Konkureerivate mänguportaalide külastajad</li> <li>- (Potentsiaalsed) sportmängude jälgijad ja spordiennustuste tegijad</li> <li>- Laiem avalikkus</li> </ul>		
<p><b>Valdkond</b></p>		
<p>Online hasartmängud ja spordiennustus on valdkonnad, mis on pälvinud avalikkuses ja meedias pigem negatiivset tähelepanu. Turul on viis peamist tegijat: Triobet, Olympic Online, Tonybet, PokerStars ja Paf. Lisaks hasartmängudele tegelevad neist spordiennustusega Paf, Tonybet ja Triobet. Triobet on tegutsenud Eesti turul alates 2004. aastast ja Tonybet sisenes siinsele turule 2012. aastal. Kuni 2011. aastani tegutses Paf nime all Spordiennustus, seejärel võeti kasutusele Ahvenamaal loodud Paf bränd.</p> <p>Turuosalised tegutsevad uute liikmete/portaalikasutajate värbamisel agressiivselt - viiakse läbi nii tele- kui internetikampaaniaid. Samas seab reklaamiseadus omaltpoolt piirangud reklaamidele ning brändi tutvustamisele üldiselt.</p>		
<p><b>Bränd</b></p>		
<p>Bränd on Eesti turul vähetuntud. Projekti eesmärk on brändi teadlikkust tõsta.</p> <p>Oluline, mida arvestada - Paf on vastutustundlik bränd, mille iseloom on mänguline ja sõbralik. Veeda mängides aega sõpradega (slogan: Play among friends). Vältime agressiivset ja otseselt mängimisele üleskutsuvaid „halle“ lahendusi.</p>		
<p><b>Eelarve</b></p>	<p><b>Kohustuslikud elemendid</b></p>	<p><b>Aeg</b></p>
<p>Eelarve lepitakse kokku vastavalt projektiplaanile ja tulemustele.</p>	<p>Oluline on tuua esile Pafi bränd ja sisu Play Among Friends.</p>	<p>Suvi 2012</p>