

STARMAN: „MURDES PIIRE“

Eesmärk

Pärast suvist testperioodi oli Starman valmis tulema uue revolutsioonilise mobiiltelefonide ja tahvelarvutite aplikatsiooniga avalikult turule. Tehnoloogiline uuendus muudab senist teleri vaatamise kogemust ja arusaama ega ole enam kammitsetud aja ning ruumi piiridest. Kuidas tehnoloogilist piiride murdmist näitlikustada ning teha selgeks Starmani oma müügiinimestele, et neid tekiks selge arusaam tootest ning suudaksid neid sama entusiastlikult klientidele edasi pakkuda?

Teostus

Uue teenuse tutvustamisüritusse oli valitud teadlikult palasid, mis tekitasid kokku suurema kuvandi Starmani näost ja tegemistest. Just äsja oli Starman sidunud oma reklaamikampaaniaga laulja Tanel Padari ja ansambli The Sun, kes lõid tellimusel rokiloo nende reklaamikampaaniale. Sündmusel esines live-kontserdiga The Sun, esitades muuhulgas kõnealuse singliloo eristuval viisil – personaalse lähenemisega. Selleks hetkeks sain inimesed saalis pähe silent-disko kõrvaklapid ning nautisid lugu erilisel personaalsel viisil. Lahutades ruumi ja heli soovisime anda inimestele uuelaadset, teistmoodi kogemust. Koostöös teatri NO99 loovjõududega etendati saalis spetsiaalselt selleks puhuks kirjutatud ja lavastatud näitemäng „Martini ajareis“, mis oma mõistukõnelise teksti ning unenäolise keskkonnaga viis inimesed rändama erinevate telekanalite vahelisse virtuaalruumi. Kui puudub vajadus telerit kindlas kohas vaadata, on saanud inimesest vaba hing, kes võib piire murdes seda nautida igal suvalisel ajahetkel.

Starmani töötajatele tutvustati uus teenus lahti läbi muusika ja teatrikunsti nüansside. Ürituse pealkirja „Murdes piire“ järgi oli kokku pandud ka pakutav toidumenüü. Huvasti väljakujunenud harjumised, elagu uutmoodi lähenemine, kaasaegsed maitseid ja vorm! Piire ja väljakujunenud maitseharjumisi murdis nii pakutud menüü kui ka teistmoodi maitseid.

Tulemus

Kuna Starmani inimesed sai pakutud uue virtuaalse teenusmaailmaga sõna ostese mõttes kokku viidud ning üheks sulatatud, oli sellest arusaam selge ja emotsionaalne. Uut aplikatsioonipõhist lahendist oli selgelt lihtsam müüa, kui müüja ise on sellest isiklikul tasandil vaimustunud ning selle lummuses.

Tehnilise uuenduse sisu oli muudetud inimestele arusaadavaks ja mõistetavaks. Selles maailmas liikumine näis justkui privileegina: olla esimene uutel ja avastamata radadel. Teenuse müük oli ootuspärane: see läks piirimurdivalt hästi.

STARMAN: "BREAKING BORDERS"

Objective

After the pilot phase in summer Starman was ready to launch a new groundbreaking smart phone and tablet app. This new technology changes forever the way people can watch television, for they are no longer bound by the limitations of time and space. How to illustrate the breaking of the borders enabled by technology, how to explain this to the Starman salespeople so that they would get a clear understanding of the product and be able to communicate it to the clients equally enthusiastically?

Implementation

During the launch of the new service a conscious effort was made to include elements, which taken together, created a broader image of Starman and its undertakings. Tanel Padar and the Sun had just become part of the Starman advertising campaign and made a special rock tune for the campaign. At the launch event The Sun performed live and the above-mentioned song was played as well, but with a special, personal touch. The audience was given silent disco headphones, so that they could enjoy the piece ever so differently. We wished to offer the listeners a novel and otherworldly experience by separating space and time.

In cooperation with the creative staff of the NO99 Theatre a play, „Martin's Time Travel“, written for this particular occasion, was performed. The allegorical text and dreamlike atmosphere took the people on a trip to the virtual space between the different TV channels. With no need to be bound to a TV set in a particular location, man has become a free spirit, who can break out of the borders and enjoy any programme at any moment in time. The new service was introduced to the Starman employees via the nuances offered by music and theatre. The title of the event, „Breaking Borders“, also influenced the food served there. Farewell to the well-known and ordinary, welcome to novel approach, modern tastes and forms! The borders and customary tastes were broken both by the choice of food and new flavours.

Result

Given that the Starman people were taken close to the new virtual service and virtually blended together with it, their understanding thereof was clear and emotional. No doubt it is easier to sell the new app if the seller is fascinated and charmed by it. The content of the technical innovation was made understandable and easy to grasp. Moving in this new world seemed like a privilege: to be the first to tread on undiscovered paths. The sales of the service progressed as expected: ground-breakingly well!