

LEMMIKLOOMAKULTUUR AUSSE, PÕHJAMAADE SUURIM LEMMIKLOOMAKESKUS LOOMAOMANIKE SÜDAMEISSE!

Turunduskommunikatsiooni ja lansseerimiskampaania Põhjamaade suurima lemmikloomakeskuse Pet City avamiseks

Töö teostaja: META Advisory Group, kommunikatsiooniagentuur

Kategooria: PR

Projektmeeskond agentuuri poolt: Evelin Ojamets ja Ann Hiiemaa

EESMÄRK

- Teavitada avalikkust ja lemmikloomade omanikke Põhjamaade suurima lemmikloomakeskuse PetCity olemasolust ja kinnistada selle kontseptsiooni ettevõtte jaoks oluliste sihtgruppide teadvuses
- Keskuse teenuseid ja tooteid tutvustav kommunikatsioon
- Rannamõisa PetCity keskuse avamist toetav kommunikatsioon

EELARVE 10 214 EUR

STRATEEGIA

- Kampaania eesmärkide saavutamiseks valisime integreeritud turunduskommunikatsioonikampaania, mille elementideks olid sisuturundus, meediasuhted, sotsiaalmeedia toetus ja ekspertkommunikatsioon.
- Strateegia keskmes oli väga tugev ekspertkommunikatsioon Pet City veterinaardoktori Heli Säre ümber
- Kaasati tuntud isikuid, et oma sõnum paremini õigete sihtrühmadeni viia läbi erinevate meediakanalite ja elustiilimeedia. Tuntud inimesed tulid ka keskuse avamispeole koos oma lemmikloomadega
- Strateegiliselt oli väga oluline roll ka ettevõtte CSR-sõnumi edastamisel. Selle raames viidi läbi kaks sotsiaalselt vastutustundlikku projekti ning kommuniqueeriti seda nii sotsiaalmeedia kui ka traditsioonilise meedia abil.

TEOSTUS

- Septembris viidi läbi esimene CSR-projekt, kui MTÜ Kasside Turvakodu kassidele paigutati ülemaailmse loomade päeva puhul tasuta kiibid ja tehti põhjalik tervisekontroll.
- Oktoobris saadeti välja esimene pressinfo keskuse avamisest, mida kajastasid Eesti suurimad portaalid, lisaks tehti algust Facebook'i sisuloomega, mille puhul suunati fookus Põhjamaade suurima lemmikloomakeskuse avamisele ning meelelahutuslikule sisule.
- Oktoobrist-detsembrini saavutati keskuse avamise eelselt 24 meediakajastust, mille keskmes oli ekspertkommunikatsioon, mis keskendus dr Heli Särelle, ning keskuse tulevaste unikaalsete teenuste kommunikatsioon, samuti loomaomanike teavitust lemmikloomapidamisega kaasnevatest erinevatest teemadest. Kaetud olid Eesti suurimad portaalid ja elustiilimeedia, lisaks ka trükipress. Teine suur fookus sel ajaperioodil oli sotsiaalmeedial, eelkõige keskuse ja kliiniku Facebooki lehtedel, kus rääkisime samuti erinevatel lemmikloomapidamisega seotud olulistel teemadel, pakkusime ekspertarvamusi ja kaasasime loomaomanikke läbi meelelahtusliku ja interaktiivse sisu (loomavideod, pildikonkursid jmt)
- Keskuse avamisele kutsuti ka tuntud lemmikloomaomanikud, tänu kellele muutus üritus atraktiivseks ka elustiilimeedia jaoks.



