

# KOOLIMAAILM

## TURUNDUSÜLESANNE ALGKLASSIDELE

### ÜLESANNE

IGAVA JA PRAKTILISE KUVANDIGA KONTORITARVETE KAUPPLUS BÜROOMAILM SOOVIB KASVATADA KOOLIKAUPADE MÜÜKI.

Millise kampaania peaks Büroomaailm tegema, et mõjutada inimesi oma koolitarbeid just nende kauplustest ostma kui me teame, et Büroomaailmas on eesti parim valik lähedaid koolikaupu. Samuti teame, et koolikaupade turu maht ja valik on peaaegu konstantne ning inimesed ostavad vajalikud koolitarbed sealt, kus neil parajasti kõige mugavam seda teha on. Enamasti supermarketist.

Millised oleksid kampaania kulutused ja kui suure kasvu see toob võrreldes eelmise aasta sama perioodiga?

### LAHENDUSKÄIK

Algandmeid analüüsidest leidsime, et püstitatud eesmärgi saavutamiseks on tarvis jaotada ülesanne kaheks osaks:



**MUUTA BÜROOMAILMA KUVAND TÄNAPÄEVASEMAKS, ET**



**KÕNETADA SENISEST LAIEMAT SIHTRÜHMA.**

Järeldasime, et erinevalt varasemast tuleks suunata kampaania esmajoones kooliminejatele endile. Siit tuletasime lahenduse valemi:



**PARIM LAHENDUS**

Ümberbrändimine

noortepärane teleklipp

äge kingitus

### TULEMUSTE HINDAMINE

Kontrollisime püstitatud hüpoteesi päris elus ja tulemus ületas ootust mitmekordselt.

Mõõtmisel selgus, et **ÕIGESTI SUUNATUD STRATEEGIA ABIL SUUTSIME SAAVUTADA KOOLIKAUPADE 34% MÜÜGIKASVU VAID 6% EELARVE KASVU JUURES VÕRRELDDES EELMISE AASTA SAMA PERIOODIGA.**

**6%** ⇒

EELARVE KASV

**34%**

MÜÜGIKASV

Veendusime, et meie püstitatud hüpotees osutus õigeks, sest müügi kasv tuli peamiselt kaasatud laiema sihtrühma arvelt, kes seni oli harjunud oma koolikaubad ostma supermarketitest.

**M.O.T.T.**

