
Estonian Stress Buster

BRIIF, OOTUSED, EESMÄRGID

Välituristide voog Eestisse vajab kasvatamist eriti just sihtriikide Norra, Rootsi, Saksa ja UK osas. Eestis on puhas ja puutumatu loodus, asume neile riikidele suhteliselt lähedal, aga paljud elanikud ei tea Eestist kui loodusturismi sihtkohast midagi.

Kuna eelarve oli massimeediakampaania läbiviimiseks (sihtturgude mõistes) liiga väike, otsisime lahendust, millel oleks kõige tõenäolisem "viral" potentsiaal – ehk vaatajad ja meedia hakkaks ise seda levitama ilma, et peaksime liiga palju meediaeelarvet kulutama.

ELLUVIIMISE KIRJELDUS

Kuidas tõsta oma brändi rahvusvahelist tuntuks, kui eelarve on väike?

Õige – teostad päris elus ühe nutika lahenduse, filmid toimuvad ja hakkad levitama. Ehitasime selle jaoks kiirelt paigaldatava Eesti looduse pop-up promostendi ning üllatasime Berliini südalinnas tötajaid nutika tehnoloogia abil.

Kasutades näotuvastustehnoloogiat, jälgisime spetsialisti abiga möödujate emotsioone. Avastades stressis mööduja, suunas Stressikütt tema poole helikahuri Eesti loodushäältega. Tihti inimesed leebusid ja muutusid rõõmsamaks.

Kelle stressitase osutus nii kõrgeks, et Eesti loodushelid teda aidata ei suutnud, said tunda enda peal tugevamat teraapiat. Ootamatult ilmus stressi käes vaevleja ette Eesti looduse pop-up stend, mis takistas tal edasi liikuda. Hetkega oli kohal ka Stressikütt, kes ulatas abivajajale pidulikult stressiravimi – puhkuseretseivi rahulikku Eesti loodusesse.

Jäädvustasime selle sündmuse veebiklipina ja kasutasime oma kampaania keskse lahendusena. Levitasime seda oma turismikampaania sihtriikide online- ja sotsiaalmeediakanalites ning toetasime erinevate PR-tegevustega.

TULEMUS

Meie lahendus osutus tohutult populaarseks. Klippi on vaadatud üle 1 000 000 korra, kampaania jõudis ca 50 000 000 inimeseni ja sai pidevalt heakskiitvaid hinnanguid turundusteemalistelt portaalidelt. Saime ca 220 000 kontakti kampaanialehel, millega täitsime eesmärgi 146% ulatuses.

AdForum valis Stress Buster'i kampaania maailma 5 parima septembrikuu turismikampaania hulka. Kampaania on loodud koostöös BBDO Berlin'iga.