

Elisa imagokampaania

THE MISSION



ÜLESANNE:

2018 a. alguses ostis Elisa ära Starmani ja hakkas pakkuma TV-teenuseid. Kuidas näidata, et Elisa pole enam igav telekomiettevõtte, vaid Eesti üks suuremaid meelelahutusteenuste pakkujaid?

IDEE:

Mis oleks kui teeksime reklaamide asemel hoopis põnevusfilmi. Või õigemini selle ülima kontsentraadi – filmitreileri, mis jooksis nii teles kui kinos. Ja välimeedias filmipostrid peategelase Mirtel Pohlaga.

TULEMUSED:

2018. a. lõpuks täitusid 3 kõige olulisemat eesmärki:

- Brändi tajumine meelelahutuslikuna **26% > 42%**
- Brändi meeldivuse kasv **32% > 45%**
- Elisa kui TV-teenuse pakkuja tuntus **9% > 45%**