

SÜNDMUSE/ÜRITUSE KOMMUNIKATSIOON
BALTI JAAMA TURU ÖÖTURU KOMMUNIKATSIOON

KLIENT: BALTI JAAMA TURG

ELLUVIIMISE AEG: 3.-8. SEPTEMBER 2018 • PR EELARVE: 900 EUROT

Ööturg tõi turule 41 000 inimest

Septembri alguses muutus Balti Jaama Turg meeleolukaks peo- ja ostukohaks, sest teist aastat järjest toimus **Ööturg, mis tõi kokku ligi 41 000 inimest.**

Hilistel tundidel said külalised lisaks sooduspakkumistele vaadata Ženja Fokini moešõud, mis oli kokku pandud vaid Balti Jaama Turul müügil olevatest rõivastest ja aksessuaaridest. Täistuuridel töötanud tänavatoiduala pakkus mõnusaid maitseelamusi ning õhtu tipphetked olid 2 Quick Start'i ja Jüri Pootsmani kontserdid, mis tõi tantsima ka kõige tagasihoidlikumad turukülalised.

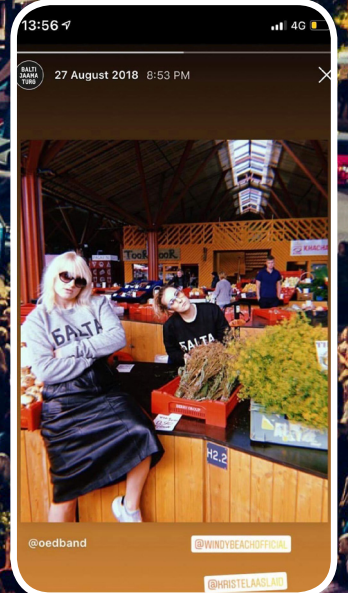
PR eesmärk

Teise Ööturu ajaks oli Balti Jaama Turg avatud olnud natuke üle aasta.

Meie eesmärk oli näidata, et Balti Jaama Turg on enam kui ostlemise koht ning turg võib olla paik, kus inimesed saavad kokku, et üheskoos lõbutseda, süüa head toitu ja tantsida.

Läbi teenitud meedia oli eesmärk jõuda võimalikult laia auditooriumini ning näidata Balti Jaama Turgu kui atraktiivset kohta, kus aega veeta.

Samuti oli eesmärk Balti Jaama Turu brändi nähtavuse suurendamine ja tugevdamine.



„Ööturg on väga hea turunduslik lahendus, mis toob inimesed kokku. Nagu näha, kõik on kohal, mina ka!“ Liilit Kirss, Taevas Ogilvy sotsiaalmeedia juht

Strategia

Kasutasime inimeste teavitamiseks nii traditsioonilist meediat kui ka sotsiaalmeediat. Läbi sotsiaalmeedia püüdsime eelkõige noori ja seetõttu valisime välja 20 aktiivset sotsiaalmeedia influencerit, kellele saatsime Balti Jaama Turu logoga pusa ja kutse Ööturule. See toimis ja praktiliselt kõik influencerid jagasid pusa pilti ning kutset turule.

Kuna meil influenceritega tasulist töösuhet ei olnud, siis oli kulu minimaalne, aga vajaliku sihtgrupi reach oli ligi 80 000 inimest.

Lisaks kaasasime ka Kalamaja ja Pelgulinna grupid (mõlemas kokku üle 25 000 inimese), kus samuti teavet jagasime.

Tulemused

Minimaalsete vahenditega saavutasime suurepärase tulemuse, Ööturgu külastas peaaegu 41 000 inimest ja üritust kajastasid peaaegu kõik suuremad Eesti ja Vene meediakanalid.

Varem ei ole ükski üritus turule nii palju inimesi kokku toonud. Kaasatud olid väga erinevad sihtrühmad – lastest vanemaealisteni, kes kõik tundsid rõõmu melust ning turust inspireeritud programmist.

41 000

inimest külastas
Ööturgu

105 000

inimest oli eel-
kommunikatsiooni
sotsiaalmeedia
reach läbi
influencerite

49%

kasvas Balti Jaama
Turu ankurent-
niku läbimüük
7. septembril

20

meediakajastust
oli Eesti ja Vene
meedias



„See kõik on nagu kuskil Londoni või New Yorgi mõnusalt tänavaturul. Super, et mõeldakse raamidest välja. Väga lahe!“

Kelly Kipper, ajakirjanik