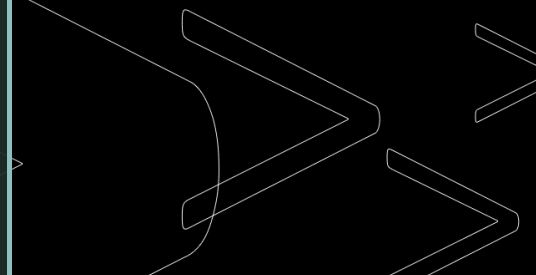


PRISMA

Koolikampaania



Prisma koolikampaania eesmärk oli välja tuua asjaolu, et võrreldes teiste jaekettidega pakub Prisma kvaliteetseid ja tuntud tootjate tarbekaupu püsivalt soodsa hinnaga, lisaks pakutakse laia valikut. Kuidas võtta konkurentidest väiksema eelarvega koolikampaania fookusesse, nii et see kõnetaks õpilasi ja nende vanemaid kooliks nii, et nad saaksid lisaks kaubale ka infot mida päriselt on vaja?

Kampaanias kasutasime õpetajaid usaldusväärse sõnumikandjana ja lõime nendest mõjusikud. Täiesti uue lähenemisena käsitlesime kampaanias õpetajaid mõjusikutena (*influencer*'ina). Kui muidu inimesed arvavad, et mõjusikuks on mõni tuntud kuulsus, blogija, laulja vms, siis meie käsitluses olid ka õpetajaid mõjusikud, sest kooliks valmistumisel vanemad ju just nende nõuandeid kuulavad. Selle käsitluse eesmärk oli õpetajatega püüda vanemate tähelepanu ning tekitada antud nõuannetes usaldusväärset.

Noored seevastu, kes juba koolis käies ise otsustavad ei taha kuulata õpetajat, selleks kaasasime kampaaniasse ka noortele tuntud mõjusikuid, et püüda nende tähelepanu.

Konkreetsed eesmärgid olid:

- Teadlikkuse tõstmine, et Prismast saab kõik kooliks vajaliku (sh riideid).
- Luua PR-kontseptsioon, mida saaks efektiivselt adapteerida ka turundusse.
- Olla nähtav ja kõnetada sihtrühmasid, lisaks anda kampaaniale pikem mõju.
- Kampaania periood:

STRATEEGIA

Tegime kümnes erinevas koolis küsitluse ja saime teada, et koolieelsete ostude tegemisel mõjub noortele enim noor influencer/blogija/vlogija ja vanematele õpetaja/kool. Seejärel jagasime kampaania meediumid kaheks. Noortele suunasime emotsionaalseid sõnumeid läbi nende kanalite ja lastevanematele argumenteeritud müügisõnumid läbi nende meedia tarbimise.

Pidime leidma õpetajad, kes oleksid võimelised andma nõu alg,-põhi- ja keskkooli õpilaste osas. Pidime leidma lahenduse, kuidas saaksid kajastatud linnad, kus asuvad Prismad – Tallinn, Tartu ja Narva, et olla kogukonna juures ning samuti kõnetama neid kaks keelsena.

Noorte kommunikatsioonis aga leidma kõneisiku ning teda võimalikult maksimaalselt panna PR-vedurit juhtima.

Rakendamine

Selleks, et kõnetada võimalikult paljusid õppureid ja nende vanemaid, võtsime fookusesse kolm peamist õpilaste sihtrühma: algklassid, põhikool ja gümnaasium.

Vastavalt õppeastmele leidsime relevantseid õpetajad üle Eesti, kes andsid vastavale sihtrühmale edasi omapoolsed soovitusid. Selleks, et välja tuua Prisma laia sortimendi ja hea hinna, andsid õpetajaid konkreetselt Prisma tootevaliku põhjal soovitusi, mida osta. Meie eesmärk ei olnud see, et inimesed ostaksid võimalikult palju kaupa kooli tarbeks, vaid asju, mida tegelikult vaja läheb ja mis on ka kvaliteetsed. Samas loodavad artiklid aitaksid ka järgmisel aastal laiendada kampaaniat just tänu Google otsingule nt. „Kuidas valida õigeid joonistusvahendeid jne“.

Lisaks tegime õpetajatega Prisma fotosessioonid koos Prisma toodetega, et koos lugudega relevantseid fotosid jagada. Fotosid ja artikleid kasutasime Prisma koolikataloogis kui ka muudel reklaammaterjalidel nii kaupluse sees kui teistes kanalites.

Mõjuisikud

Õpetaja annab nõu: mida vajab kooliks esimesse klassi minev laps päriselt?

Angela Blumkvist
Sõbranna.ee tegevtoimetaja

f 37 t i e p

23. august 2019, 16:11



FOTO: Sergei Stepanov

Suvi pole veel läbi, aga kooliealiste laste vanemad ei saa muretult sügist oodata. Eriti puudutab see just neid vanemaid, kelle lapsed astuvad kooli esimest korda ja kõik kooliks vajalik tuleb soetada korraga. Kuidas aga valikut teha? Kasulikke nõuandeid jagab Narva-Jõesuu Kooli klassiõpetaja Andrei Akimov.

Õpetajad soovitsvad:

- Explore Seljakott Miki 1110**
 Põlvak: **45⁹⁰**
- Harjoitus "Loog" Põlvak**
 Põlvak: **39⁹⁹**
- Harjoitus "Retro pind, kalmarikar" Treppidevahelised lõpplahendused**
 Põlvak: **2⁶⁹**

Harjoitus Sirikarp Study 2000
 Põlvak: **189**

Taastet ei ole müügil Varandus Prisma

PRISMA
PERELE PARHE

Учитель дает совет: что на самом деле нужно ребенку, идущему в первый класс?

rus.postimees.ee

f 86 t i e p

26 августа 2019, 16:45



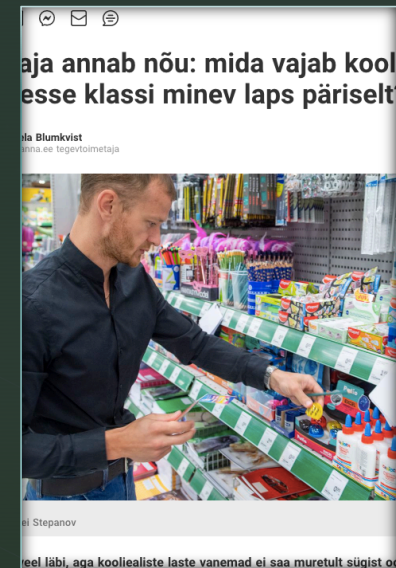
FOTO: Сергей Степанов

Лето еще не прошло, но родители школьников не могут беззаботно ждать начала осени. Особенно это касается тех родителей, чьи дети идут в школу впервые, в связи с чем необходимо приобрести все необходимое за один раз. Но как

**Andrei Akimov, Narva-Jõesuu
Kooli klassiõpetaja**

Kuna lapse esimesse klassi minek on paljudele vanematele uudne kogemus, siis võib neil olla segadus, kuidas lapse kooliminekuks valmistuda. Selguse toomiseks andis Akimov nõu, mida ja milliseid koolikaupu vaja läheb ning kuidas neid valida. Tõime välja konkreetse listi koos toodetega, mida võiks lapsevanem esimesse klassi minevale lapsele osta.

Sihtrühm: Koostatud materjalid aitasisid kõnetada lapsevanemaid.



**Mart Soobik, Tallinna 21. Kooli
tehnoloogiaõpetaja**

Aasta põhikooli aineõpetaja

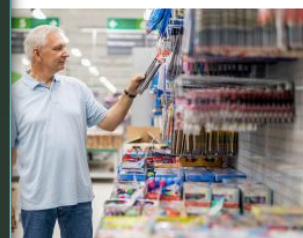
Soobik jagas, millised muudatused ootavad õpilasi ees põhikoolis ja kuidas nendeks muudatusteks valmistuda. Ühtlasi tõi Soobik välja nõuandeid, kuidas arendada last kooli kõrvalt.

Sihtrühm: põhikooliõpilased kui ka nende vanemad



**Andmed aasta õpetajalt: kuidas valmistuda põhikoolis uut
aineteks?**

9-17



Kool on juba alanud ning esimesed tunnid tarku omandatud. Põhikoolis lisandub õppekavasse n uusi õppeaineid, teiste seas tehnoloogiaõpetus käsitöö ja kodundus. Mis nüüd õpilase jaoks mu hakkab, selgitab Tallinna 21. kooli tehnoloogiaõ aasta aineõpetaja tiitliga pärjatud Mart Soobik.

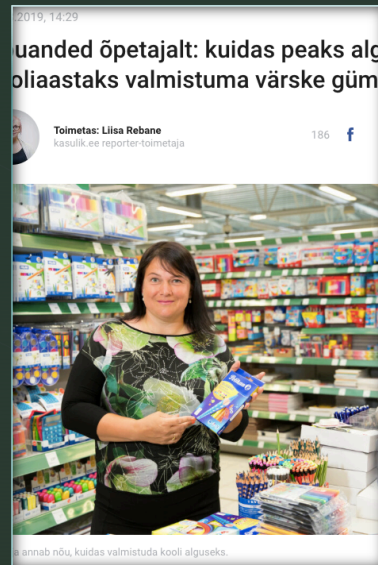
Põhikooli algusega jaguneb traditsiooniline töö tehnoloogiaõpetuse ning käsitöö ja kodunduse õpperühmade vahel. Kui käsitöös ja kodunduse etakse tekstiilitööde ja toidu valmistamisega, siis tehnoloogiaõpetuses on tänapäeval k alik luua tarbeasju põnevamal juhul koguni 3D printeriga või mõne arvutiga seotud töö

Geil Siim, Elva Gümnaasiumi õpetaja

Aasta põhikooli aineõpetaja
nominent

Geil Siim tõi välja, millised peamised erinevused on põhikooliõpilase rutiini ja gümnaasiumielu vahel ning millised uuendused ootavad õpilasi ees gümnaasiumiastmes. Lisaks andis Siim soovitusi, mida gümnaasiumiõpilane koolis vajab.

Sihtrühm: Kõnetas abituriente ja gümnaasiumiõpilasi, kui ka 9. klassi õpetajaid, gümnaasiumisse minejaid.



Noortele tuntud suunamudija


- kampaaniasse noortele tuntud suunamudija Maria Rannaväli, kellega tegime fotosessiooni koolikataloogi ja reklaammaterjalide jaoks ning video, kus Rannaväli valis algavaks kooliaastaks Prismast välja oma lemmikud rõivakomplektid.
- Kuna Rannaväli on ka ise gümnasist, siis andis see võimaluse suhelda kooliealiste sihtgrupiga ning püüda nende tähelepanu. Video andis võimaluse suunata tähelepanu ka sellele, et Prismas on lisaks elementaarselele toidu- ja kontoritoodetele ka mitmekülgne ning stiilne rõivavalik. Lisaks tuntud blogija tiitlile saime kampaania käigus ära kasutada ka tema oma kanaleid.

Vaata, kuidas valmistub uueks õppeaastaks juutuuber Maria Rannaväli
2025.09.16

1. september pole enam mägede taga ja kõikidel kooliõpilastel on paras aeg vaadata üle oma garderoob – nii tegi hiljutiselt juutuuber Maria Rannaväli, kes valis Prismas välja kõige vingemad outfit'id algavaks sügiseks.

Maria Rannaväli ütles, Prisma kooliriiete valik üllatas teda väga. "Kuna meie koolis on tavaks koolivorm ja enda ostetud riided peavad olema akadeemilised ning alati musta või valget värvi, siis kahjuks on väga piiratud, mida ma saan koolis käimiseks osta. Küll aga valisin üldiselt sügishooajaks väga palju ägedaid riideid, mida kavatsen kindlasti vabalt ajali kanda. Usun, et need, keda koolivorm ei piira, leiavad kindlasti ka kooliks väga cool'id outfit'id," ütles ta.

Rannaväli sõnul on tema jaoks oluline leida kõik vajalik ühest kohast. "Viimane asi, mida ma tahan, on kaita mööda erinevaid poode, sest valik pole piisavalt suur. Prismaga seda muret pole ja saan alati kõik vajaliku – nii koolitarbed kui ka rõivad sealt kätte. Samuti on kaup igal aastal veidike erinev ja alati lisandub uusi ägedaid tooteid, mille seast saan valida."



Prisma clothing catalog page featuring two models and various clothing items with prices:

- Model 1 (left):
 - White t-shirt: 14⁹⁰
 - Yellow plaid pants: 26⁹⁰
 - White sneakers: 59⁹⁵
 - Blue patterned sweater: 18⁹⁰
 - Blue jeans: 24⁹⁰
 - White sneakers: 99⁹⁵
- Model 2 (right):
 - White t-shirt: 14⁹⁵
 - Yellow plaid pants: 49⁹⁰
 - White sneakers: 23⁹⁰
 - Black leggings: 29⁹⁰
 - Blue jacket: 29⁹⁰
 - Red plaid skirt: 39⁴⁰

PRISMA
KODI TOOTJA

Tulemused

Maria video ja fotod näitasid, et Prisma on lisaks toidu- ja kontoritoodetele ka mitmekülgne ja stiilne rõivavalik. Õpetajad influenceritena andsid kampaaniale usaldusväarsust ja võimaluse Prisma toodetest rääkida.

Jõudsime online massimeedias 920 000 kasutajani ja nišimeedias 187 000 kasutajani, sotsiaalmeedia ja Google Adsigi lisandus sellele veel 861 000 kasutajat. Maria postitused jõudsid FB-s 94 000 inimeseni (14 000 like'i), Youtube'i videot vaadati üle 40 000 korra. Kampaanialehele tehti 41 195 klikki.

Kampaania oli üle ootuse tulemuslik ja ületas seatud eesmärgid. Sarnast strateegiat otsustasime kasutada ka jõulukampaanial ja lisaks on kampaania materjalid taas kasutatavad juba selle aasta septembris.

Õpetajate ja influenceri kaasamine aitas tuua Prismale tähelepanu inimeste kaudu, keda noored ja lapsevanemad tegelikult kuulavad.

Kokkuvõttlikult mõjus kampaania suurepärase tervikuna, mis kõnetas nii lapsevanemaid kui ka õppureid erinevatest kooliastmetest. Kampaania oli üle ootuse tulemuslik ja ületas seatud eesmärgid. Sarnast online kommunikatsiooni strateegiat otsustasime kasutada ka jõulukampaanial ja lisaks on kampaania materjalid taas kasutatavad juba selle aasta septembris. Ehk kui Google soovitab, siis tuleb õpetajat kuulata!