

Taust

2018. aasta sügisel mõistis Stockmanni meeskond, et vanaviisi ei saa enam edasi minna. Seda kinnitasid ka enam kui 60 töötaja ja kliendiga tehtud intervjuud.

Eesmärk

Suunata Stockmann tagasi Eesti jaekaubanduse lipulaeva kursile. Meie uurimustöö andis mõista, et nii Stockmann Delikatessi väljanägemine kui ka olemus vajavad uut häälestust.

Kontseptsioon Toidame suhteid

Lahenduse leidmiseks toetusime õnneteadlaste väljatöötatud meetodikatele. Protsessi lõpuks mõistsime, et meil kõigil on elus üks ühine ning väga oluline soov: **veeta rohkem aega oma inimeste seltsis**. Hea toit suudab aga kokku tuua perekondi, sõpru, töökaaslaseid ja vahel koguni võhivõõraid.



Toidame suhteid



“Kõik liiguvad edasi, arenevad ja muutuvad.
Stockmannis oleks aeg justkui seisma jäänud.”

Töötajad

Kõigepealt tutvustasime uut hingamist Stockmanni enda töötajatele, sest just nemad on suurimad brändiväärtuste edasikandjad. Paigutasime poodi ja personalialasse teemat tutvustavad sõnumid, mis tekitaksid mõtteainet.

Kampaania

Avaüritusele järgnes välimeediat ja omakanaleid kaasav kampaania, mille eesmärk oli kutsuda inimesi mõtlema, kuidas nemad saaksid oma suhteid paremini luua ja hoida.

Kõik kampaanias kasutatud modellid olid leitud Stockmanni sotsiaalmeedia vahendusel.

Kampaaniale olid toetavaks õlaks PR-tegevused ja ligi 20 meediakajastust, millega üldsusele uut lähenemist tutvustati.

Avaüritus

Korraldasime värskenenud toiduosakonnas koostöös Bocus d’Ori kokkadega avaürituse, kuhu me ei kutsunud mitte kuulsusi ega ajakirjanikke, vaid Stockmannile läbi aastate truuks olnud kliente ja oma töötajaid. Palusime neil peole kaasa võtta inimesi, kellega suhtlus on unarusse jäänud.

Tulemused

Kõigi osapoolte koostöö tulemusel stabiliseerus Stockmanni toiduosakonna külalastatavus. Kliendid naasesid ja ostsid varasemast enam just seda, mida on kõige parem lauale asetada – Stockmann Delikatessi valmistatud tooteid.

Kuid veelgi olulisemaks peame klientide sooja tagasisidet, mis kinnitas, et Stockmanni sõnum puudutas neid päriselt ja **pakkus mõtlemisainet**, kuidas oma isiklike suhteid veelgi paremini toita.

