



otsib UUT maitset



Kampaanias osalemine oli imelihtne. Ostma ei pidanud absoluutselt midagi. Vaja läks vaid fantaasiat, aga võita oli palju - 2 000 € ja sinu loodud maitse poodidesse üle Eesti.

Kõigile asjast huvitatud eestlastele loodi koduleht, kus said kokku panna uue krõpsumaitse. Vali paki värv, muster või pilt. Lisa sinna koostisained ja otsusta, mis nimeks tuleb. Peale leiutamist vaata ringi ning hääleta oma lemmikute poolt.

Oi, kuidas sellega nalja sai.

Tuli huvitavaid ja veidraid maitseid. Populaarseid ja isutavaid. Roppe ja ebaloogilisi.

Kokku tuli lausa rohkem kui **24 000** unikaalset maitset ja **372 000** sessiooni maandumislehel. Keegi ei suutnud vastu panna. Taffeli omakanalid täitusid inimeste ideede ja soovidega. Suunamudijad tulid kodust välja ja kogunesid Anni Arro köögistuudiosse, et kohapeal parim krõpsumaitse kokku panna.

Isegi Sky+ hommikuprogrammijuhid uhkustasid oma maitsetega. Taffeli krõpsuotsingud jõudsid kõikjale. Raadio, tele, digi, sotsiaalmeedia, kirevad välimeedia reklaamid ja silmirabavad hiigelpakid tänavapildis.

Küsisime rahvalt ainult mõtteid, aga pealekauba saime korraliku süsti müügile. Majasisene mahuprognosis sai ületatud **27%** võrra ja ärilised eesmärgid ületatud **34%** võrra. 2018 aasta edukaima ja suurima osta-võida kampaaniaga võrreldes kasvas ettevõtte müük **10.1%** meie uue maitse otsinguil. Pole paha.

Kõige lõpuks kirss tordil. Tuleb välja, et kui kaks kuud järjest postitavad sajad inimesed iga päev bränditud pilte sarnaste sõnadega, siis tekib kampaanial väga mahukas digitaalne jalajälg. Isegi suurmonstrum nimega Google ei suutnud sellest mööda vaadata. Kampaania lõppedes oli mitu nädalat pildiotsingumootori tulemuste seas peaaegu alati Taffeli bränditud krõpsupakid. Kui käisid otsimas pilte **krevettidest, laimidest** või maailma parimast maitsest, siis suure tõenäosusega nägid seal Taffelit.

Taffeli portfelli müük ületas kampaania prognoosi

27% koguses
34% käibes

372 879

sessiooni maandumislehel.



Leiutati

24 000+
unikaalset maitset.

Eestlased veetsid kokku

15 000
TUNDI meie kodulehel.

Keskmine külastus

2.5
minutit pikk.