



Sinu äri partner

OLUKORD

Telia tahtis tutvustada sotsiaalmeedias oma eeliseid väike- ja keskmistele äridele arusaadavalt ja eluliselt.

PROBLEEM

Inimesed tahavad sotsiaalmeedias suhelda inimestega, mitte reklaamidega.

LAHENDUS

Andsime hääle ärimees Meelisele omanimelisel Facebooki lehel Meelis The CEO. Meelis jagas praktilisi õpetussõnu ning lõbusaid seiku elust enesest, mis tõestasid, miks ta on valinud Telia oma äri partneriks ja kuidas seda igapäevaselt oma töös rakendab.

TULEMUS

8 kuu jooksul 50 postitust, kõik meeliselikult muhedate tekstide ja kommentaaridega - veidi koomi, aga alati ka ärijuttu. Iga postitus kõnetas, orgaaniline levik püsivalt 200%. Lehe keelekasutus tundus sihtrühmale lõpuks nii omane ja reaalne, et mõned tahtsid päriselt tema juurde tööle tulla.

Postitusi

49

Jälgijaid

1800

Engagement

Organic

121 400

Paid

327 660

Engagement rate

7% - 20%

Impressions

Organic

151 000

Paid

2,8 mln

Keskmine orgaaniline levik võrrelduna üldisest fänniarvust oli pea alati üle 100%, üsna tihti 200%

Kampaania meeldejäätvus nii äri- kui erasegmendi seniste kampaaniatega võrreldes keskmisest kõrgem – 84%