



TAUST:

Jäätmejaamast sai alguse võimas tulekahju, mis süütas põlema ka samas kõrval asuva Pakendikeskuse kesklao ja esinduskaupluse. Suitsusammas kerkis üle kogu linna ning info meie klienti haaranud põlengust levis kulutulena.

EESMÄRK:

Oli oluline, et Pakendikeskus reageeriks võimalikult kiirelt ja kommenteeriks olukorda ka enda poolt. Kliendid vajasisid maha rahustamist, fännid ootasid meie reaktsiooni, et näha, kuidas toimib teiste äparduste üle nalja viskav bränd nüüd, kui endal kuri karjas.

STRATEEGIA:

Lisaks kiirele reageerimisele oli oluline jääda optimistlikuks ning truuks Pakendikeskuse humoorikale kommunikatsioonikeelele, mille poolest bränd kurikuulus on.

PROTSESS:

Põlengu käigus hävisid hoone fassaadil oleva hiiglasliku Pakendikeskuse logo kolm esimest tähte, säilis vaid "ENDIKESKUS". Kadreerisime foto keskuse põlengust nii, et pidile jäi suur "END" ning lisasime selle ette teksti "THIS IS NOT THE", moodustades sel moel kokku meeledikindlalt optimistliku sõnumi "THIS IS NOT THE END". Postitus koos kaastekstiga sai avalikuks veel enne, kui tuli jõudis hakata näitama taandumismärke ning hoolimata meeldiaelarvest 0 eurot, hakkas internetis tiirlema kiiremini kui leegid hoonekompleksis.



TULEMUS:

Enesekindla optimismi ja ootamatu huumoriga võrreldud sotsiaalmeediapostitus kogus tuhandeid laike ja sadu jagamisi, jõudis lisaks enamustesse meediakanalitesse, pakkus kõneainet loendamatuile inimestele, andis kindlustunde klientidele ning tõestas, et positiivne maailmavaade suudab ka kõige hullemal katastroofi muuta edulooks. Kauplus avati juba nädala pärast ning peagi saabus ka hea uudis sellest, et kindlustus korvab kahju ja taastustööd võivad alata.

