



Numbrid loevad

CHK on raamatupidamisteenust, äri- ja maksukonsultatsioone ning ärianalüütikat pakkuv ettevõtte. Kui arvestada valdkonda, milles nad tegutsevad, siis võiks eeldada, et sündida saab kampaania, mida võib iseloomustada ainult sõnadega „tõsine“ ja „asjalik“. Kuid välja koorus midagi enamat.

CHK inimesed olid kampaania loomise juures isiklikult inspiratsiooniks. Nad olid pühendunud, huumorisoonega, vaimustunud oma tööst ning arendamas raamatupidamistarkvara – nagu raamatupidamise üksisarvikud.

Kampaaniale eelnes brändiuuendus, mille loomisel mõtlesime idufirmalikule maailmale. Kampaania sepiamise ajaks olime juba teemasse nii palju sisse elanud, et saime aru, et raamatupidamine ei ole ühestki otsast kuiv teema. Mõistsime, et CHK pakub enamat kui lihtsalt raamatupidamist.





Kampaania sõnumiks kujunes: **Numbrid loevad.**

Lõime kampaania, kus kõik CHK sõnumid keerlesid numbrite ümber. Kõike seda iseloomustab loovus ja huumor ning asjalikkuse hõngu lisas numbrite maailm. Visuaalid sepistasime brändiuuendusele vastavalt elegantsed ning minimalistlikud.

Kampaania eesmärk oli imagokampaania, millega viia CHK laiema publikuni. Imagoloogilist külge toetas ka ühte konkreetset teenust esitlevad sõnumid. Lõime mängulised tekstid raamatupidamise numbrite maailmast ning toetasime seda majandusaastaaruannet näitlikustavate sõnumitega.

Kampaania sai ohtralt positiivset tagasisidet. Saavutasime eesmärgi, mis ei olnudki meie eesmärk – tegime numbrimaailma huvitavaks.

Päringute arv tõusis 30%.

