

Probleem:

Tehnoloogia arenemist võetakse väga iseenesest mõistetavana. Ainuüksi Teliast töötab selle nimel aga ligi 1500 inimest, et kõik veatult toimiks. Kliendid võiksid elu paremaks muutumist Teliaga oluliselt rohkem seostada.

Sisend:

Töö on väga suur ja oluline osa elust. Tehnoloogial on väga suur roll töökogemuse muutumises. Muutes selle paindlikumaks, ohutumaks, mugavamaks ja kohati üleüldse võimalikuks.

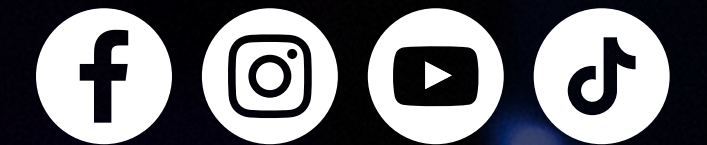
Lahendus:

Töötasime välja content-first kampaania "Aina parem töö", kus väga erinevate elualade inimesed rääkisid oma loo. Lood läksid klippidena ja artiklitena üles sotsiaalmeediasse ja Digitark keskkonda. Lugude tegelastega tegime reklaamid, mis juhatasid loodud sisu tarbima.

Aina parem töö

1,4M

vaatamist



11K

jagamist ja
meeldimist



44%

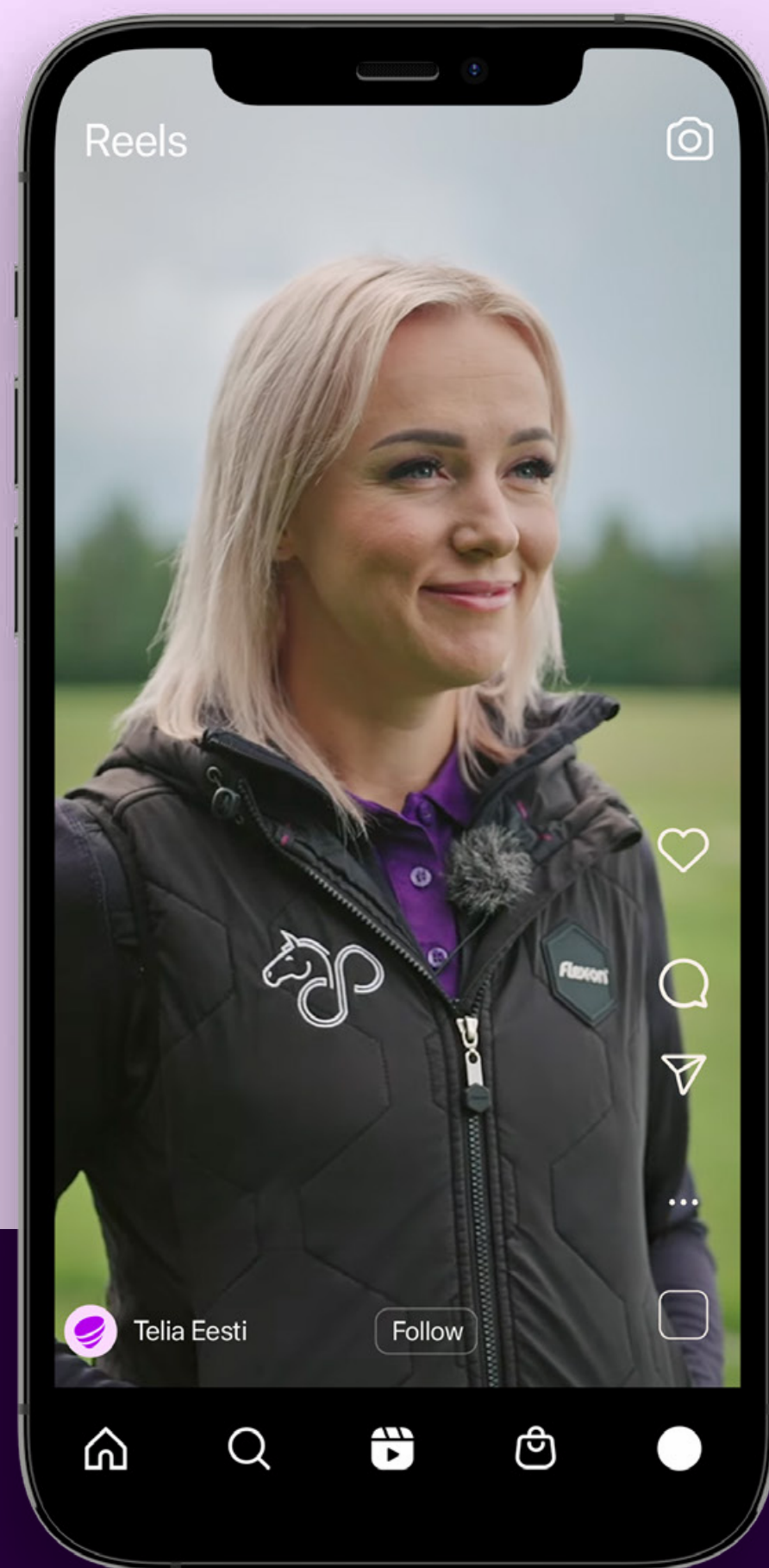
inimestest tões järeluringus,
et nad hakkasid Teliast oluliselt
positiivsemalt mõtlema.

30%

hakkasid tundma oluliselt
suuremat seotust Teliaga.

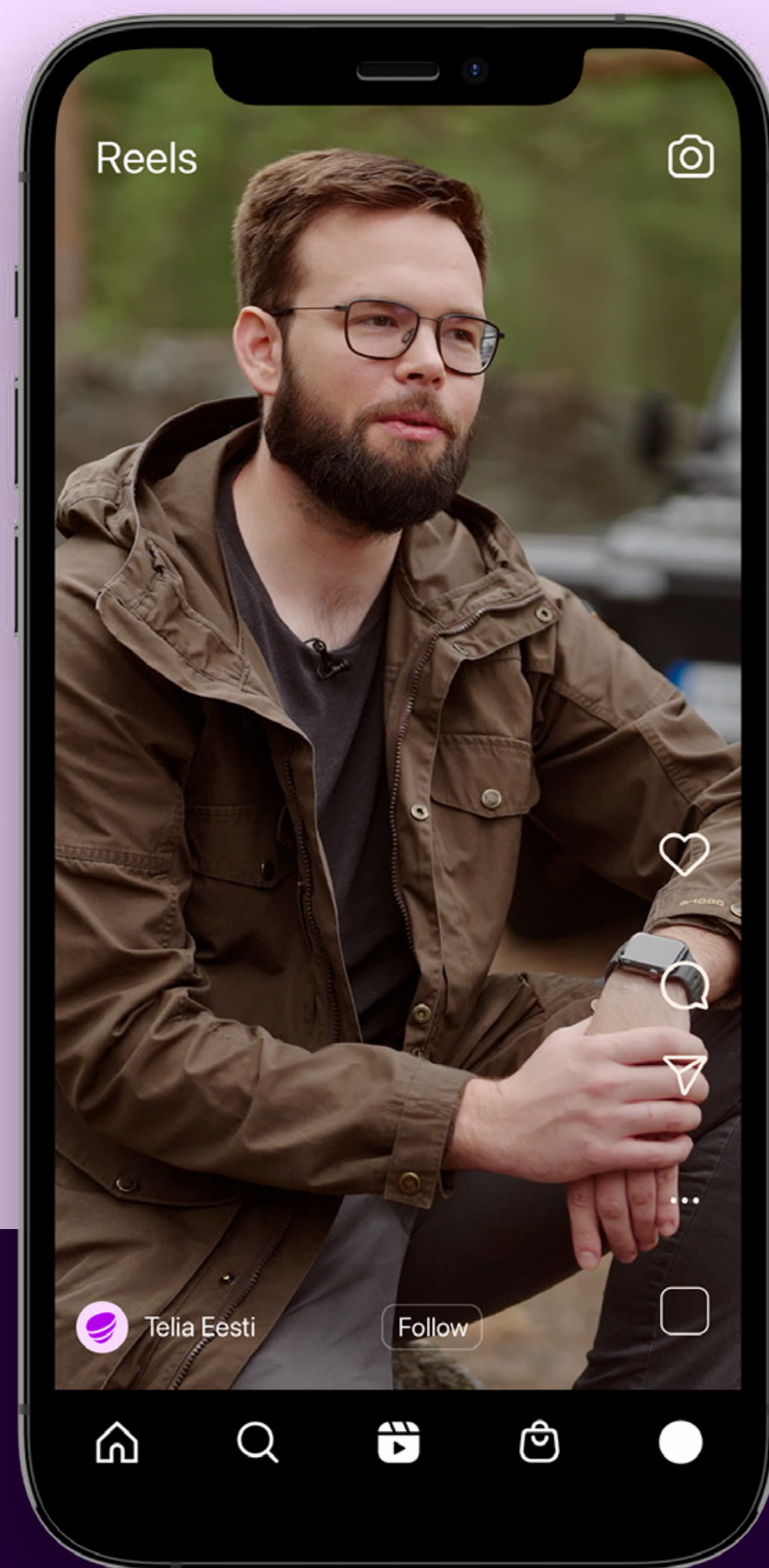
Striimer Carms,

kelle hobist sai kopsakas sissetulek.



Jaanus,

kes loobus kontorist matkauto kasuks.



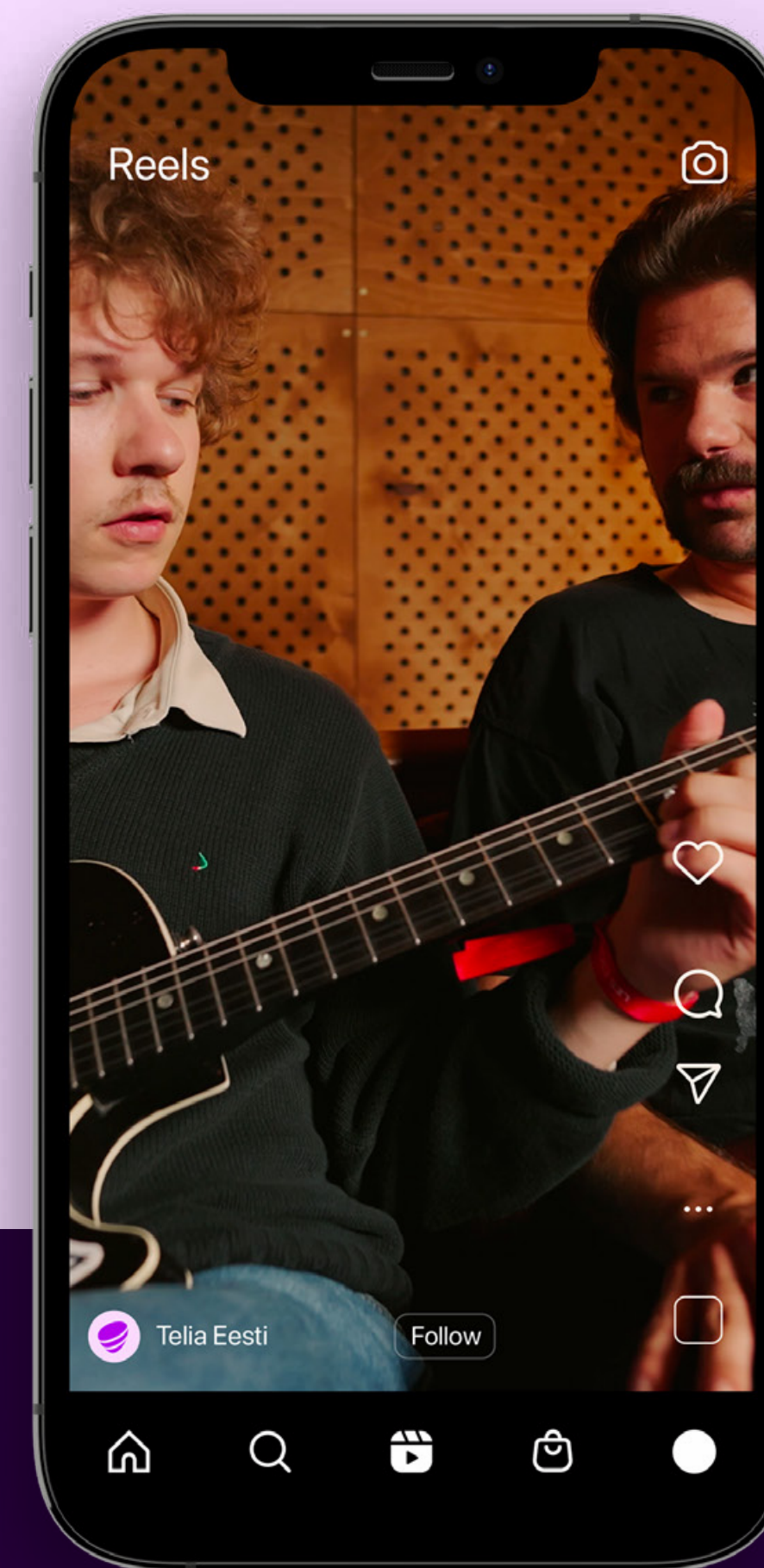
Elmo,

mis sõidutab
rendiautosid kaugjuhiga

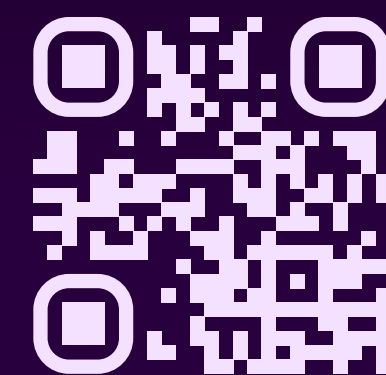
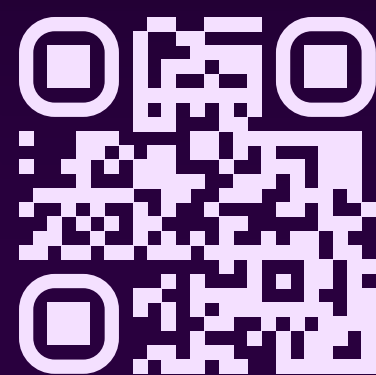
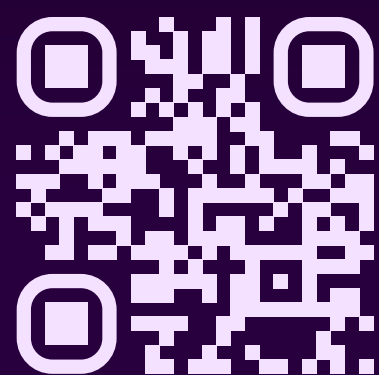


Ansambel The Boondocks,

kelle parim looming valmis
distsantsilt tegutsedes.



Vaata
videoid:



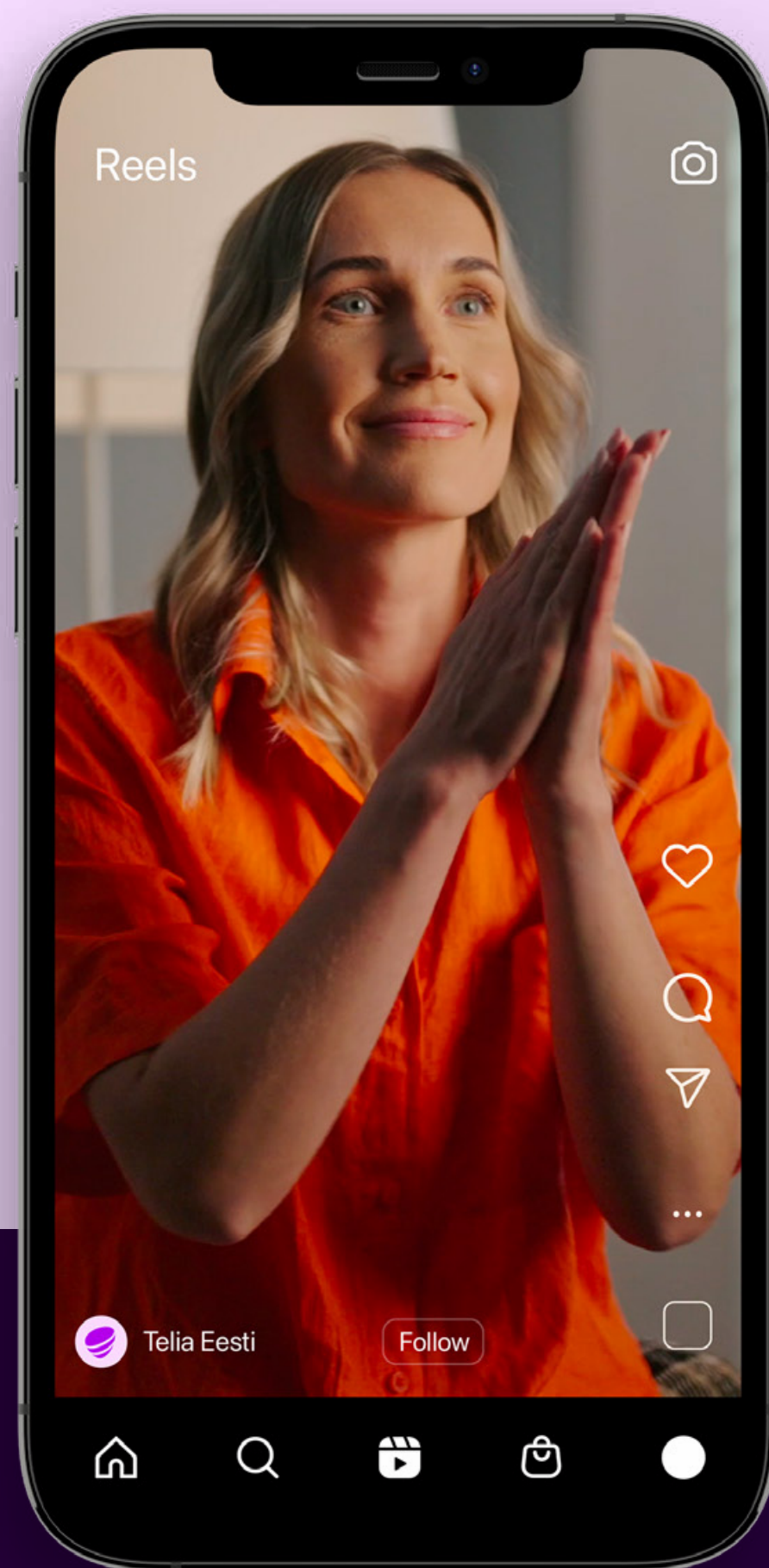
Milrem,

kus on loodud päästetöödeks vajalik robot päästetöötajate säästmiseks.



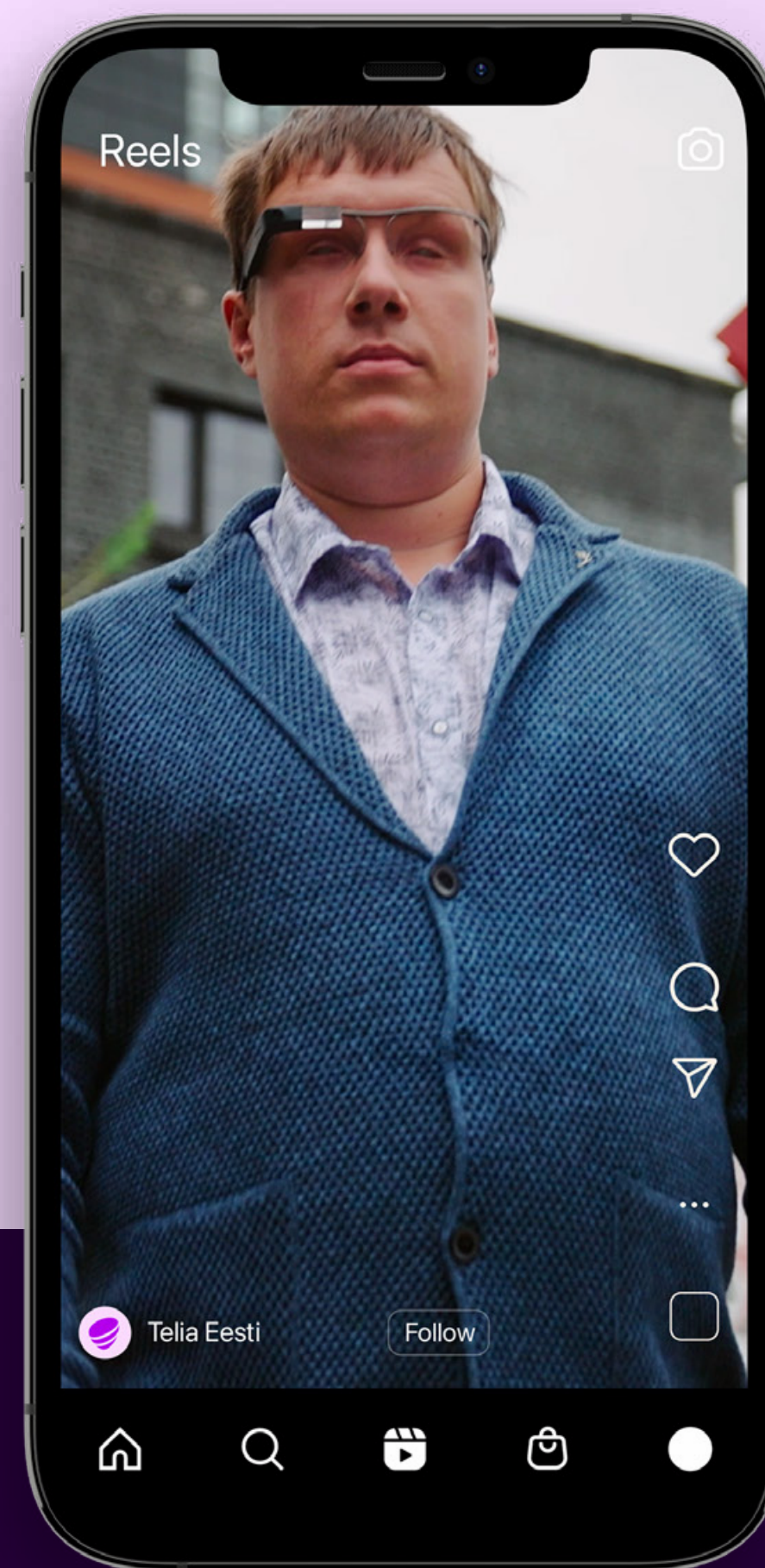
Agne,

kes hakkas lapsega koju jäädes ettevõtjaks.



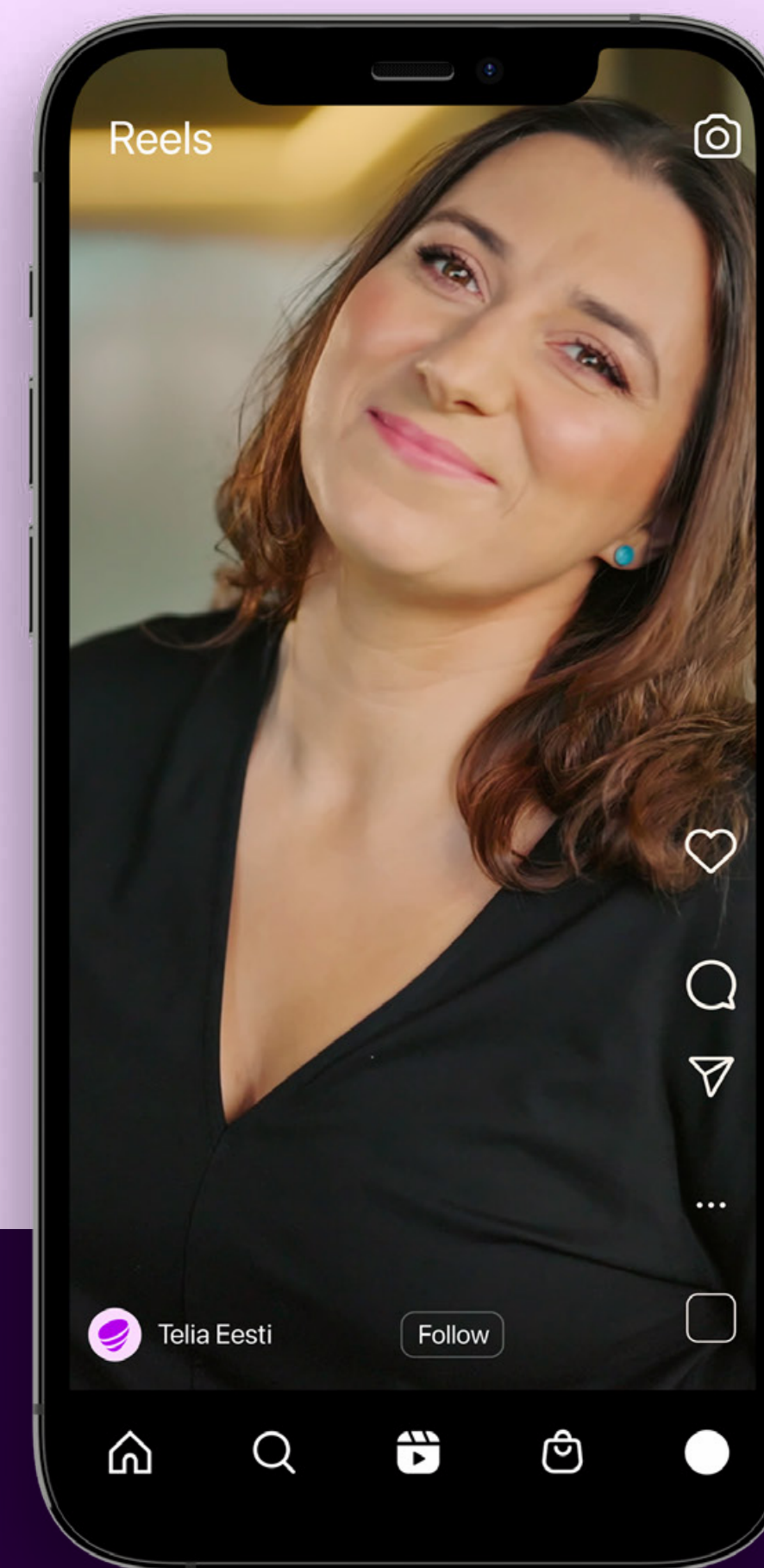
Jakob,

kes saab liikuda ühest kohast teise kaugjuhendaja abil.



Irina,

kes tõstab tänu tehnoloogiale inimeste enesehinnangut. (RUS)



Vaata
videoid:

