

Jaekettide kommunikatsioon kordab end – kõik räägivad vaid soodustustest, stiilis odav hind, tavahind, allahindlus, veel odavam jne. Selles kõiges on kadunud lõbus pool, kuigi tarbija ootab ka jaekaubanduselt mõnusat suhtlust ja värseid ideid. Teame, et väärtustatakse brändi, kes julgeb olla teistsugune ja rääkida inimlikult – isegi kui jutt käib igapäevastest ostudest.

LAHENDUSENA...

... tekkis mõte vastata Prismale, kui nägime nende klassikalist imagokampaaniat. Selleks leidsime strateegiliselt täpselt ühe õige koha suure liiklussõlmega Kristiine ristmikul ning vastasime seal Prisma reklaamile otse ja ausalt – me mitte ainult ei KÄI Maximas, vaid ka OSTAME kõik asjad seal.

EESMÄRK...

... oligi teha natuke huumorit ning paista silma julgusega, sest „...sest me käime Maximas!” sündis spontaanse reaktsioonina Prisma klassikalisele imagoreklaamile. Klassikalisi müügieesmärke me ei seadnud, kuna uskusime, et hästi ajastatud ja õige tooniga sõnum loob mõju. Tahtsime näidata Maximat humoorika brändina, kes julgeb traditsioonilisest jaekaubanduse kommunikatsioonist välja astuda ning luua positiivse ja meeldejääva turundushetke.



TAGAJÄRJENA...

... tekkis spontaanselt, ausast ja humoorikast vastusest sotsiaalmeedias lumepalliefekt, kuhu veeresid teised jaeketid ja brändid muudest valdkondadest – ühele ja samale sotsiaalmeediapostitusele lisas igaüks midagi omalt poolt. Seega võib öelda, et meie vastus andis tõuke sensatsiooniliseks turundajate „meemisõjaks”, positiivseks turunduslikuks dialoogiks, mis lõhkus interneti.

MEEMISÕJA TEKKEKS...

... jõudis Maxima banner Kristiine LED-ekraanil eetris olla napilt 3,5 h (eetrimaksumus 7,3 €!), misjärel saimegi hoo sisse sotsiaalmeedias ja õige pea ka uudisteportaalides, (digi)lehtedes, raadiosaadetes. Ühesõnaga – kõikjal!

Ainuüksi Postimehes ja Delfis ilmunud artikleid loeti kokku 34 860 korda!

TULEMUSI...

... me taga ajama ei läinud, aga numbrid tulid siiski võimsad! Maxima sotsiaalmeedias kasvas

- orgaaniline reach +1100%
- kaasatus +1000% (non-followeridel +2100%)
- FB profiilikülastused +440%
- TikTok profiilikülastused +628%
- postitusel 1900+ like

We did make marketing fun again!