



INTERNETI TRENDID JA MEEMID KOLISID PÄRIS MAAILMA

ehk kuidas elamuskaubandusega noori tabada





Rocca al Mare keskus soovis **tabada noorukite sihtrühma** ja seda aasta aeglaseimal ajal: jaanuari algus, kohe pärast pühi, koolivaheaja lõpus 3. jaanuaril, paar nädalat enne aasta depressiivseimat päeva.

Masendav, eks?



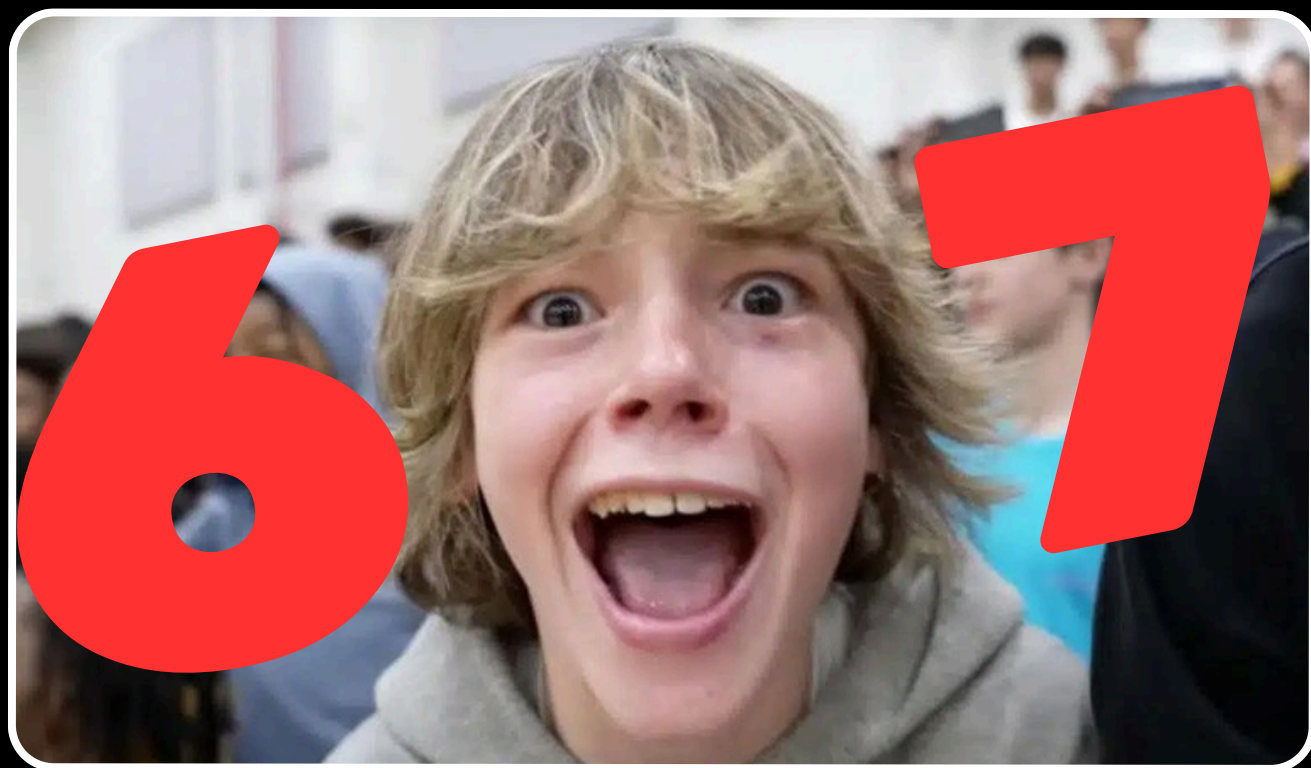
Eesmärk oli tuua võimalikult palju noori **keskusesse aega veetma** ja poode avastama, kaudsem eesmärk aga – luua noorukitele Rocca al Mare keskusest kuvand **ägeda ajaveetmise kohana** ning kasvatada keskuse üldist külastatavust muuhulgas ka noorte näol.

**KUIDAS AGA MEELITADA NOORED NENDE LOODUSLIKUST
ELUPAIGAST – TIKTOKIST JA YOUTUBE'IST – VÄLJA JA
KOHALE SAADA?**



Mis siis, kui toome netitrendid ja -meemid ekraanisügavusest päris maailma?
Lükkame arvuti tagant live'i Eesti popimad youtube'rid ja geimer'id Krispoisi ja Artjom Savitski ehk MillenZials!

Nii sündis „67“ ürituse kontseptsioon, kuhu põimisime sisse mitmed kaubanduskeskuse üürnikud, et ka neid esile tuua.



3H KVALITEETSET (NO PEAAEGU) EKRAANIVABA AEGA



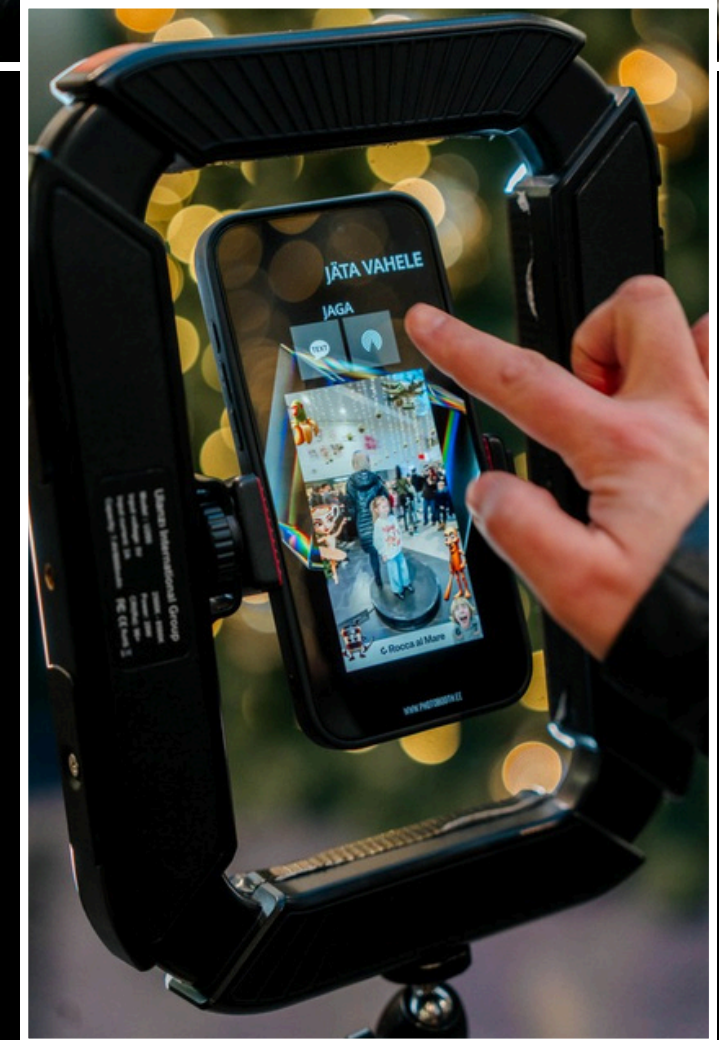
Apollo Live-Geoguesser – arva, mis Rocca al Mare keskuse pood on pildidl?

MillenZialsi aasta TOP5 trendid ja parima hääletus



Italian Brainrot 360° fotoboks, kus pildikaaslasteks ei keegi muu kui Tung Tung Tung Sahur, Ballerina Cappuccina, Chimpansini Bananini ja teised väarikad/väärakad

KFC vürtsikate kanatiibade väljakutse – viis vaprat, uus vürtsikas kaste, higi, pisarad, mitu pakitait taskurätte ning üks ja ainus võitja





TikToki väljakutsed - bottle flip, Whitney Houstoni trummi challenge, pinksiralli ja palju muud lõbusat ja liikuma kutsuvat



villemdrillemi pop-up kontsert



Publiku röökimise mõõtmine - kätte saime 100 detsibelli (korraliku rokk-kontserdi müratase!)



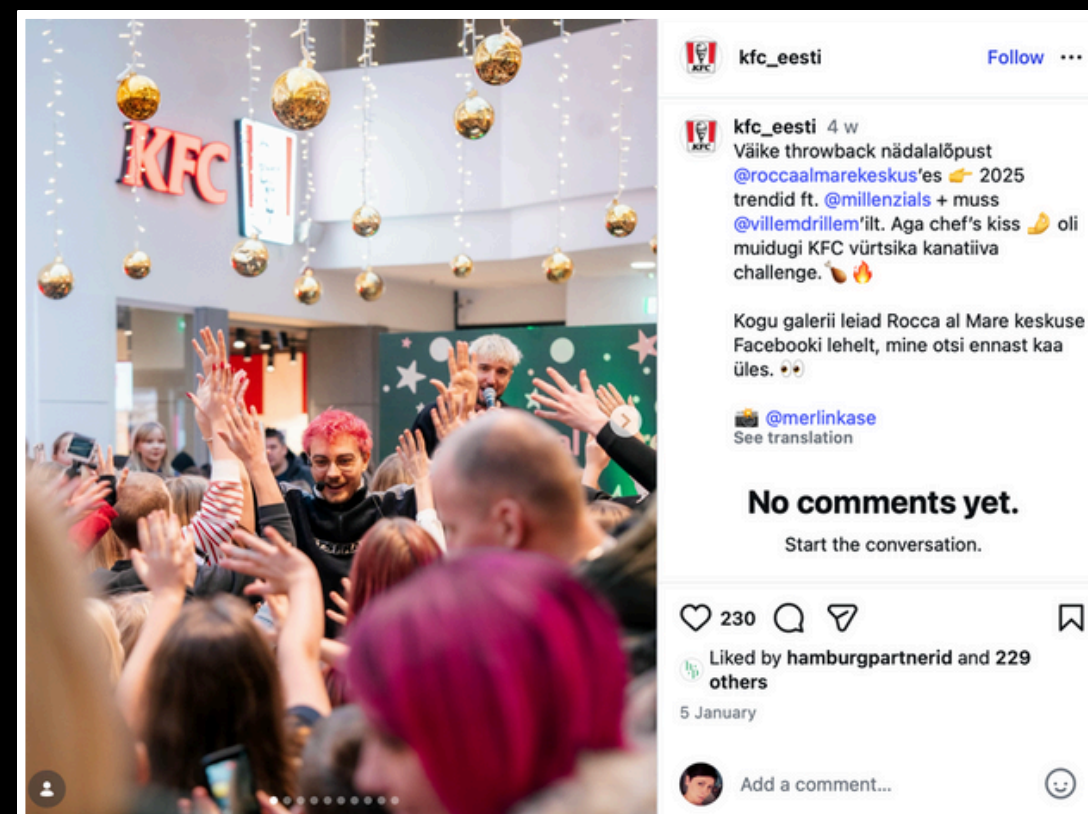
Ühise stoori filmimine kogu publikuga



Aasta tüütuma „67“ meemi pidulik pensionile saatmine



Kohal üle **700** nooruki



Tugev alus noorteüritustega **jätkamiseks**

Keskuse footfall **kasvas** tol päeval **5%** tavapärase laupäevaga võrreldes



Ürituse **maksmata lai levik** Instagramis ja TikTakis (fännid, koostööpartnerid, sisuloojad – kui sa pole „67“ üritusel käinud, pole sind olemas! Ok, nali-nali)



ELAMUSKAUBANDUS TÖÖTAB!



Iga turundaja peavalu – kuidas noored kätte saada – sai korraliku leevenduse!