



KIRJELDUS

Eesti kõige legendaarsemal kaubamärgil Vana Tallinnal täitus 2013. aasta sügisel midagi erakordset. 100 miljonit pudelit. Sellega kaasnes ka online kampaania, mis sidus omavahel veebilehe, FB-i rakenduse ja FB-i kommunikatsiooni.

Veebileht jutustab 100 000 0000 Vana Tallinna pudeli loo sünnist kaasajani. Eesmärgiks oli näidata, kuidas likööri võib saada legend, mis kuni tänapäevani kogub populaarsust ja vallutab maailma. Selleks, et kaardistada Vana Tallinna senine maailmavallutus, sai loodud Facebookis rakendus, mis kutsus üles hakkama Vana Tallinna saadikuks maailmas, märkides kaardile sihtkoha, kuhu oled likööri kaasa viinud või maitsta saanud. Kampaaniaga käis kokku ka ports FB-i postitusi, mis esitasid küsimusi Vana Tallinna ajaloo kohta. Kes ei teadnud, võis minna kampaanialehele vaatama.

TULEMUS

Veeb: Kampaania jooksul päevas keskmiselt 1000 külastust.

Rakendus: Märkistati üle 700 erineva asukoha viiel kontinendil ja saadikuid oli kokku 40st erinevast riigist.

Postitused: Postituste orgaaniline ulatus oli keskmiselt 10 000 kasutajat ja postitustele reageerimine (engagement) tõusis võrreldes varasemaga 3 korda. Tõsteti 10% veebikülastajate arvu postituse päeval.