

Selver Pääsküla

Toidukaupluse valiku puhul on kõige olulisem kriteerium asukoht. Kuid väga suur roll on ka harjumusel. Kampaania eesmärgiks oli lokaalsel tasandil üllatada, kõneainet pakkuda ja leida kohalike inimeste hulgast püsiklennu uundatud Selverile. Tavapäraselt teevad kõik kauplusteketid oma piirkonnas sooduspakkumistest rääkivat otseposti. Pääsküla Selveri puhul otsustasime sama loogikat rakendada bussipeatsutes.

Bussipeatsued muutusid sooduspakkumistega mini Selveriteks, mis samaaegselt töötasid suunaviitadena ja andsid kohalikele teada, kui lähedal on tegelikult nende uus kodupood koos soodaste avamispakkumistega.

Klassikalise otseposti asemel tegime ajalehe "Pääsküla Teated", mis sisaldas raalseid, huvitavaid ja vajalikke uudised kohalikest sündmustest. Muude uudiste vahel oli ka lugu Pääsküla Selveri avamisest, mis tänu kontekstile muutus kohalikuks suursündmuseks.

