

Aluseks on video PublicTVs, mis on levitatav ka bännerina internetis, sotsiaalmeedias ja näiteks youtube-s.

Eesmärk: Kaubamärgi/toote tutvustamine; toote populariseerimine (nt. tasuta testerite jagamine läbi ühistranspordi ekraanide);

Soovituslik kampaania pikkus: al. 2 nädalat

Auhind lõpptarbijale: igakuine, iganädalane, igapäevane – vastavalt vajadusele/ideele.



1. Klient näeb klippi üleskutsega näiteks „Tahad võita kilo kommi iga päev? Saada SMS „KOMMI!“ numbrile 15977 ja osaled loosis!“;

2. Reageerib sellele ja saadab sõnumi valitud märksõnaga;



3. Saab automaatse vastussõnumi võiduteatega, tegevusjuhise ja täiendava infoga.



Vastussõnumi sisu oleneb loosimängu pikkusest ja ülesehitusest. Variante:

- **Kiirloosi võidu puhul:** „Palju õnne võitsite XYZ! Kätte saamiseks palume ühendust võtta #####“; või
- **Juhul kui seekord ei võitnud kiirloosi:** „Kahjuks seekord ei võitnud! Proovi uuesti. Head loosiõnne!“
- **Või suuremate auhindade puhul:** „Osaled loosis! Võitjad selguvad iga pühapäev! Vaata rohkem siit: www.firma.ee/pakkumised“
- **Pikema loosimängu lõpus:** „Kahjuks ei võitnud, kuid siin sulle lohutusauhind – sooduskoodi SMS### kasutamisel on kõik ostud -30% soodsamad! Kiirusta, pakkumine kehtib kuni kaupa jätkub!“

Igal juhul saab lisada lingi ja konverteerida mängija kodulehele!

Pikema loosimängu puhul saab uuel perioodil saata „Osale uuesti!“ sõnumi.