

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

Eesmärk: siduda klient oma brändiga tugevamalt; panna kasutaja brändiga suhtlema ning tema sügavuse/laiusega rohkem tutvuma (sh. keerulisemate uute toodete või teenuste olemusega); saada tarbija tutvuma kodulehega; mõõta toimunut.

Soovituslik kampaania pikkus: minimaalselt 4 nädalat.

Soovitus: Küsimusi peaks olema kokku vähemalt parkümmend. Auhinna suurus vastavalt küsimuste arvule.



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 juhistega.

Vastussõnumi sisu oleneb loosimängu pikkusest ja ülesehitusest. Näiteks:

- „Tere tulemast BRÄNDI mälumängu! Nüüd tuleb vastata ## küsimusele. Vastates õigesti, saad järgmise küsimuse; vale vastus = mäng läbi! Alustame – J/E?“
- Seejärel vastab vastavalt mängu suurusele ja iseloomule 10 kuni parkümmend küsimust.
- Lõpus: „Palju õnne! Oled edukalt läbinud meie mälumängu. Tubli töö. Auhinna kättesaamiseks võta ühendust: info@võit.ee“
- Kaotuse puhul: „See vastus oli kahjuks vale. Seekordne mängukord läbi. Et uuesti alustada, saada vastu-SMS märksõnaga „XYZ“

Auhinna valik sõltub teie kampaania lõppeesmärgist: Võimalus on teha kas rohkete, soodsate auhindadega või väheste, hinnaliste auhindadega.