

RAJALLA LIVING LAB – CASE MAINOSVIDEOT 2011

Ideoinnin lähtökohdat:

Living Lab –toiminta on tuotteiden ja palveluiden kehittämistä yhdessä palvelun tai tuotteen loppukäyttäjän kanssa. Rajalla Living Labin tapauksessa tavoitteena on ottaa Rajalla Kauppakeskuksen asiakkaat mukaan kehittämään kauppakeskuksen palveluita ja raja-aluetta.

Rajalla Kauppakeskuksella ja kauppakeskuksen yrittäjäyhdistyksellä oli tarve saada uusia ideoita kauppakeskuksen markkinointiin ja mainostamiseen. Kuvataiteen ja viestinnän opiskelijoille suunnattu kulttuurimaraton soveltui hyvin mainosmateriaalin ideointiin, joten kulttuurimaratonille kirjoitettiin toimeksianto asiakaslähtöisten videoiden ideoinnista. Toiveena oli saada ideoita videoista, jotka puhuttelevat kauppakeskuksen asiakaskuntaa.

Toimeksianto ja kehittämistehtävän tavoitteet:

Kulttuurimaratonin toimeksiantona oli tuottaa viisi (5) ehdotusta/luonnosta mainosvideoista Rajalla Kauppakeskuksen markkinointiin. Mainoksissa toivottiin kuuluvan asiakkaan ääni tavalla tai toisella ja opiskelijatiimiä kehoitettiin pohtimaan seuraavia asioita: Millaisia mainoksia ihmiset haluaisivat kauppakeskuksesta nähdä? Mitä asioita mainoksissa pitäisi esitellä? Millä tavalla tavalliset ihmiset voisivat osallistua mainosten tekoon?

Ideoinnin taustaksi kehoitettiin tutkimaan, mitä mieltä ihmiset ovat kauppakeskuksen nykyisistä ja tähänastisista mainoksista, miten niitä voisi parantaa ja millaisia niiden tulisi olla. Näiden inspiroimana pyydettiin tuottamaan viisi ehdotusta uusista mainosvideoista. Lopputuloksena tavoiteltiin nimenomaan luonnoksia, ei viimeisteltyjä valmiita mainoksia. Toimeksiannossa korostettiin asiakaslähtöisyyttä ja asiakkaan äänen huomioimista mainosten suunnittelussa ja toteutuksessa. Mainosvideoiden mediankanavia ei määritelty.

Kehittämistehtävän toteutus:

Toimeksianto kirjoitettiin Rajalla Living Labin toimesta yhteistyössä Rajalla Kauppakeskuksen kanssa. Opiskelijoiden ohjauksesta ja avustamisesta kehittämistehtävässä vastasi Rajalla Living Labin toimijat. Toimeksiantoa lähti toteuttamaan nelihenkinen tiimi viestinnän opiskelijoista. Opiskelijoiden valinnassa

huomioitiin tulevan kevään opintojaksot ja tiimi muodostettiin niistä, joilla oli tulossa mahdollisten mainosvideoiden tuottamiseen sopiva kurssi.

Opiskelijatiimi työskenteli toimeksiannon parissa tiiviisti viikon ajan. He ryhtyivät työhön ammattimaisella ja reippaalla otteella sopien heti tapaamisen Rajalla Living Labin toimijan kanssa. Tapaamisessa käytiin läpi toimeksianto ja kehittämistehtävän tavoitteet myös laajemmin Elävä Lappi – hankkeen näkökulmasta. Viikon aikana opiskelijat pitivät yhteyttä yhteyshenkilöön ja esittelivät ajatuksiaan varmistaen näin toimeksiannon mukaisen lopputuloksen.

Asiakkaan ääni -mainosvideot:

Opiskelijatiimi tuotti yhteensä kolme mainosvideota alkuperäisen viiden sijaan. Tästä sovittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Lopputuloksena syntyi kolme hyvää, uudenlaista ja eri näkökulmasta tuotettua mainosvideon luonnosta. Jokaisella mainosvideolla oli eri kohdeyleisönsä, mutta kaikissa videoissa tavoiteltiin tyylikkyyttä ja mielenkiinnon herättämistä omalla tavallaan. Luonnoksissa oli huomioitu jokaisen mainoksen erilainen äänimaailma, väreillä luotu tunnelma sekä erilaiset kuvakulmat.

- Idea 1 kuvaa Rajalla Kauppakeskuksen koko perheen kohtausta paikkana. Perheenjäseniä kuvataan tekemässä omia ostoksiaan eri puolilla kauppakeskusta ja vasta mainoksen lopussa katsoja ymmärtää, että kyseessä oli perhe, kun he poistuvat kauppakeskuksesta yhdessä.
- Idea 2 kuvaa naishenkilöä, joka matkustaa kauppakeskukseen tekemään ostoksiaan. Kyseisessä luonnoksessa pelataan väreillä ja kuvakulmilla, minkä avulla halutaan esittää kauppakeskuksessa asiointi arjen piristeenä.
- Idea 3 kertoo pariskunnasta, joka suunnittelee kauppakeskukseen lähtöä naisen luetellessa asioita miehensä ostoslistalle. Mainoksessa kerrotaan huumorin kautta Rajalla Kauppakeskuksen valikoimasta.

Luonnokset on esitelty Rajalla Kauppakeskuksen edustajille, jotka pitivät näkemästään. Jokaisessa ideassa on potentiaalia kauppakeskuksen mainosvideoksi, joskin ne vaativat hieman työstämistä ja jatkokehitystä ennen toteuttamista. Luonnosten toteutuksesta ei ole sovittu vielä tarkemmin, neuvottelut ovat käynnissä.