

Ööturg Balti Jaama Turul

Üritusturundus/Avalik üritus

Korraldaja: Balti Jaama Turg OÜ

Elluviimise aeg: 20.08-07.09.2018

Eelarve: 25 000€



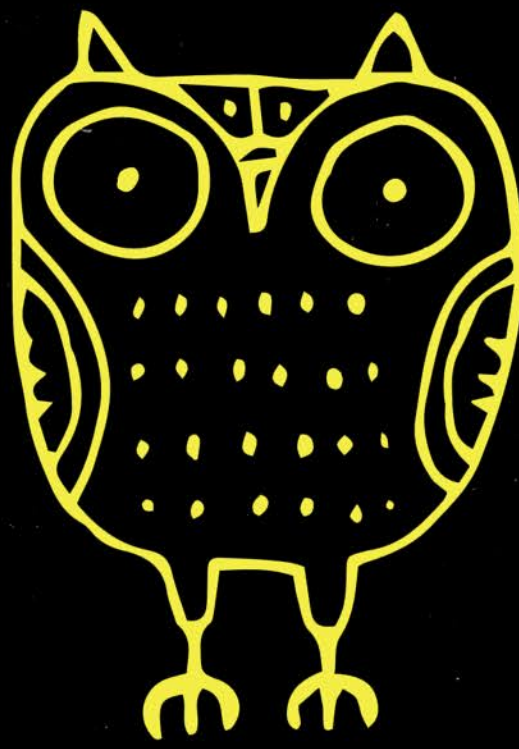
Ööturu korraldamise eesmärk

Ööturg toimus 7. Septembril 2018 teist korda ning eelmisel aastal üliposiitivse tagasiside saanud ürituse tekkinud ootuseid tuli ületada. Ööturg on Balti Jaama Turul kord aastas ühel öhtul toimuv kogukonnafestival, mis kutsub lisaks lähikonnas elavatele inimestele kokku turuhuvilisi ka kaugemalt. Lisaks rahva osalusnumbrile oli eesmärgiks rentnike käibe kasv sel öhtul ning kaudse eesmärgina ka turu kui kohtumispaiga kuvandi kinnistamine. Oluline oli luua ka eristuvad ja meelde jäävad turunduskampaania vahendid, mis aitaks eelnimetatud eesmärke saavutada.



Elluviimise kirjeldus

Kõige olulisem oli Ööturu puhul läbi mõelda ürituse meelelahutusprogramm, mis kataks keeruka turukompleksi kõik alad. Öhtu sisustasid öhtujuht Ženja Fokin oma kokku pandud moeetendusega, kus oli kasutatud vaid turul leiduvaid rõivaid ja aksessuaare ning toimusid suurejoonelised Jüri Pootsmanni ja 2 Quick Start'i kontserdid. Spontaanselt astus laval üles ka Põhja-Tallinna linnaosavanem Raimond Kaljulaid. Kui tavapäraselt on turul üle 200 kaupleja, siis sel öhtul küündis kauplejate arv 400ni tänu kauplemas kutsutud foodtruck'idele, käsitöölisele, disaineritele ja pop-up baaridele. Öhtu jooksul toimus erinevaid loosimisi ning programmi osas oli mõeldud ka pere pisimatele – turu teisel korrusel oli püsti pandud lastekino ning lapsi aitas hoida Pipi Pikksukk.



Lihasaalis toimus Itaalia disko, kus itaallasest DJ mängis parimaid *italo disco* palasid. Eraldi disko toimus ka Reval Cafe ruumides. Riideturu alal andsid *line* tantsijad tantsuetenduse, kuhu kaasasid kogu rahva.

Ostlejaid rõõmustas üle 100 eripakkumise ning öhtu lõppes kolme järelpeoga- Humalakojas FÖPP, Balti Jaama Paviljonis Ööpidu/ÖED LIVE ja Sveta baaris Ööturu aftekas/Baby Phat



Tulemus

Ürituse turunduskanalitena kasutasime *influencer'eid*, turu sotsiaalmeedia-kanaleid, teenitud avalikku meediat, raadioreklaami, turu kodulehte, turul ja DEPOOS paiknevaid füüsilisi reklaampindu ning palusime ürituse infot jagada kõikidel turu üürnikel ka enda infokanalites.

Tulemusena külastas Ööturgu **üle 41000 inimese**; ankurrentnike **käibe kasv Ööturu toimumise päeval oli 49%**; saavutasime **üle 20 meediakajastuse** Eesti ja Vene meedias, sotsiaalmeedia reach läbi *influencer'ite* oli **ligi 90 000 inimest**; sotsiaalmeedia *reach* läbi oma sotsiaalmeedia kanalite oli **üle 308 000 inimese**, Facebookis üritusel osalejate arvuna saavutasime **11 200 inimest**