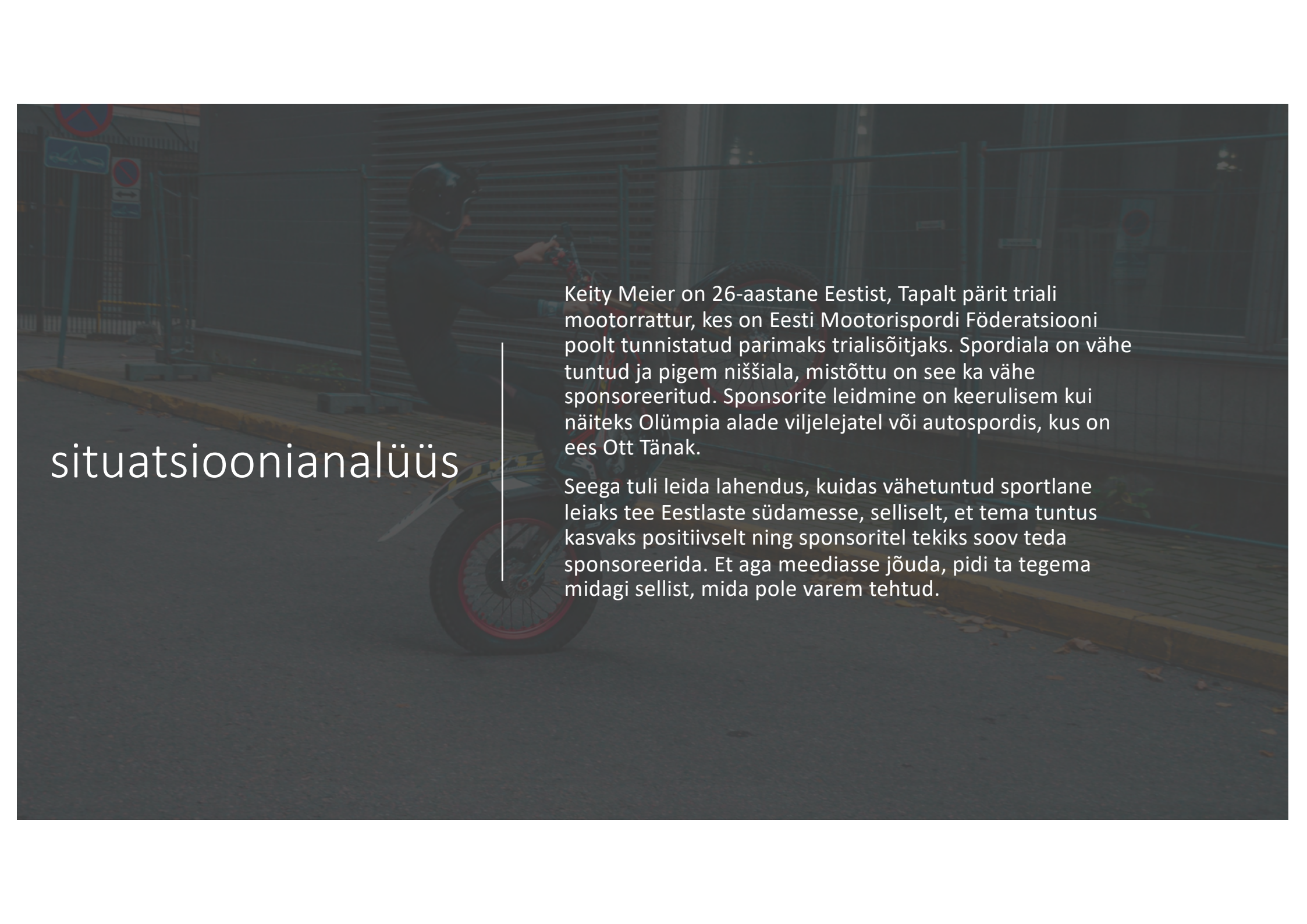


A person in a black suit and helmet is performing a stunt on a motorcycle, balancing on a horizontal metal beam. The background shows a large industrial building with a corrugated metal roof and a complex network of metal scaffolding and pipes. A banner with the word "COOLSET" is visible on the left. The sky is overcast and grey.

Keity Meier – täites unistusi

Kuldmuna 2022

A person wearing a helmet and dark clothing is riding a trial motorcycle on a city street. The background shows a building with a metal fence and some traffic signs. The image is dark and serves as a background for the text.

situatsioonianalüüs

Keity Meier on 26-aastane Eestist, Tapalt pärit triali mootorrattur, kes on Eesti Mootorisporti Föderatsiooni poolt tunnustatud parimaks trialisõitjaks. Spordiala on vähe tuntud ja pigem niššiala, mistõttu on see ka vähe sponsoreeritud. Sponsorite leidmine on keerulisem kui näiteks Olümpia alade viljelejalatel või autospordis, kus on ees Ott Tänak.

Seega tuli leida lahendus, kuidas vähetuntud sportlane leiaks tee Eestlaste südamesse, selliselt, et tema tundus kasvaks positiivselt ning sponsoritel tekiks soov teda sponsoreerida. Et aga meediasse jõuda, pidi ta tegema midagi sellist, mida pole varem tehtud.

Projekti eesmärgid

- **Keity Meiry tuntuse kasv:**
- Sponsorite leidmine tänu tuntuse kasvule.
- Spordiala tutvustamine meediale
- Koostöö projektide leidmine, et teha uusi trikki
- Positiivsete kajastuste saamine kohalikus meedias
- Välismeediasse jõudmine, et kasvatada brändi ka rahvusvaheliselt
- Sportlase sotsiaalmeedia kanalite jälgijate arvu kasvatamine
- Kõrguse hirmust üle saamine

Projekti sihtrühmad

- Eesti ja välismaa meedia
- 10-70 aastased meediatarbijad
- sponsorid

"I don't want a image of another **petrolhead**. If the goal is to push the limits of your abilities and catch a podium, then you have to do **extraordinary things**. My tricks got to go heaven."

- Keity Meier





Strateegia

Kommunikatsioon põhines Keity lool: naine kes tegeleb tipptasemel motosportiga, spordiala tutvustamine, suured eesmärgid, elustiil, hirmudest ülesaamine

Täpsemad eesmärgid

1. Koguda kampaaniaga 15,000 €, mis kataks 2022 maailmameistrivõistluste hooaja;
2. Leida lahendused ja võimalused kuidas saada potentsiaalsete sponsorite tähelepanu ja saada meediatähelepanu;
3. Tutvustada Keityt kui brändi;
4. Saada vähemalt ühte suurde rahvusvahelisse kanalis;
5. Saada vähemalt 5 Eesti peavoolumeedia kajastust;
6. Vähemalt 5 motokanalite kajastust
7. Saada suurte meediakanalite sotsiaalmeedia voogu;
8. Teha koostöödtuntud brändidega, et saada nende sotsiaalmeedia kanalitesse;
9. Tutvustada Keityt millegi enamaga kui lihtsalt sportlane–motivaator, eeskuju, liider.

Sõnumi- ja kommunikatsioonistrateegia

Strateegia oli üles ehitatud Keity ja ta ala tutvustavana, kus keskpunktis oli erilist ala harrastava naisterahva ühiskonnale tutvustamisega.

1. Oluline roll oli tutvustada teda enne trikki, et luua talle inimeste huvi, et nad tahaksid rohkem tema tegemistest teada.
2. luua selge plaani, mida on koos lihtne järgida.
3. Olla peavoolu meedia suurtes kanalites ja tekitada huvi tema tegemiste vastu, mitte ainult ühekorse ürituse vastu.
4. Edu võtmeks oli pikaajalisus.
5. Hästi korraldatud üritus, koos juurde käiva kommunikatsiooni strateegiaga
6. Hea koostöö erinevate osapooltega ühise eesmärgi nimel



Tegevus

Kampaania kestis aprillist-novembrini 2021 ning strateegia jagunes nelja faasi:

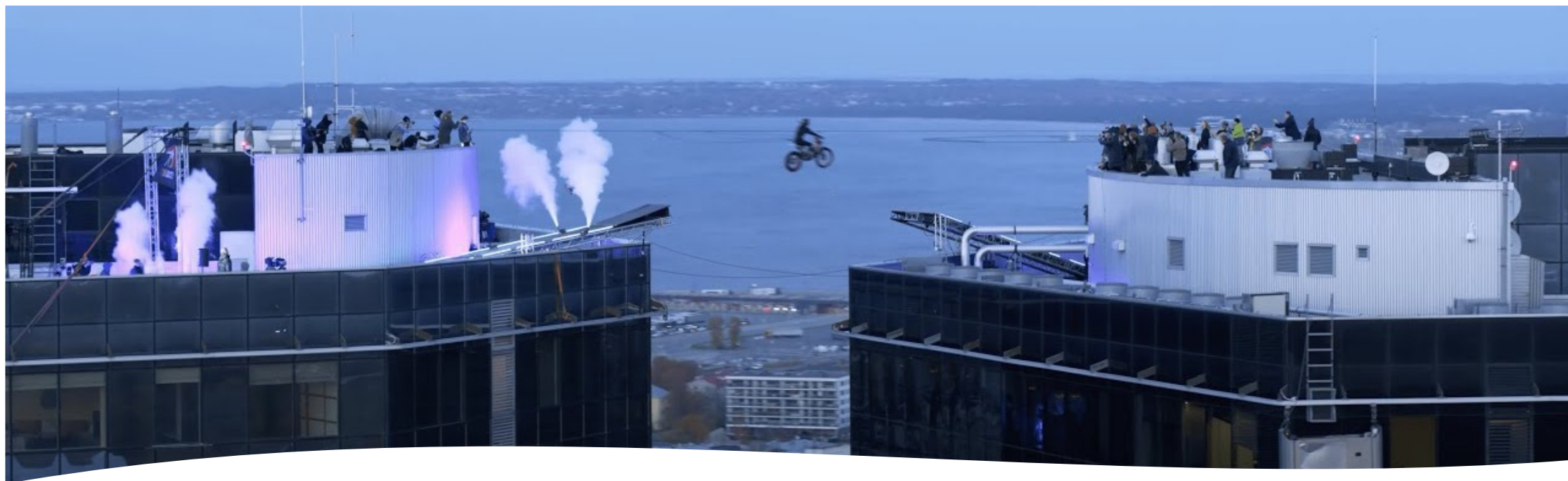
- **Esimene faas–Keity tutvustamine, kes ta on ja mida teeb** April–May 2021
- Lõime Keity loo ja kampaania sõnumid
- Keity tutvustamine läbi “Hommik Anuga” saate;
- Eeltöö toetajate ja sponsoritega;
- Pitchimine ja esimeste kajastuste saamine;

Teine faas– Esimene trikk June–August

- Sõitis üle Tartu laululava kaare, koos Rein Rannapi eraldi talle kirjutatud loo saatel;
- Keity ja spordiala tutvustus meedias
- Koostöö saavutamine Swissoteliga – oli vaja leida kindlustaja, kes oleks nõus seda hüpet kindlustama (ühelgi kindlustusseltsil polnud varasemalt kogemust).
- Meeskonna leidmine, kes ehitaks valmis kogu triki
- Kuidas filmida trikk nii, et seda saaks rahvusvaheliselt kasutada

Tegevus II

- **Kolmas faas–Swissoteli hüpe September–Oktoober**
- Uudis Keity hüpest, Eesti kõrgeimate hoonete vahel
- Kokkulepped live-ülekanneteks meediaväljaannetega
- Kokkulepped seoses koroonapiirangutega rahvusvaheliste kanalitega, kuidas nad saaksid hüpet kajastada ning kutsete saatmine neile;
- Kokkulepped kanalitega live ülekanneteks;
- Kokkulepped trikiehitajate, kaamerameestega, drooni filmimisega, kindlustuse, juristide majaomanike jm. Et trikki teha
- **ÜRITUS;**
- **Video, foto- ja pressimaterjali välja saatmine, ajakirjanike vastuvõtt ja kogu tegevuse boostimine sotsiaalmeedias**
- **Kajastused kõigis Eesti suuremates meediaväljaannetes;**
- Kajastused suurtes rahvusvahelistes meediaväljaannetes
- Follow-up kanalitele ja lisamaterjalide saatmine
- **Neljas faas– follow-up kommunikatsioon Oktoober–november**
- Järelproduksioonimaterjalide jagamine meediale;
- Postitused ja teavitused partnerite ja sponsorite kanalites



Tulemused – mis ületasid ootused

1. Enam kui 20 uut spnsorit ja lisaks mitmed koostöö kokkulepped. Keity sai oma eelarvesse 150% rohkem, kui oli eesmärk. Eraldi sai mootoratta tehase diili, kes teda sel hooajal sponsoreerib.
2. Trikk sai enam kui 300 kajastust rahvusvaheliselt (Reuters, CNN, NBC, MSN, Yahoo etc.), mis jõudis enam kui 250 miljoni inimeseni üle maailma!
3. Eestis sai kogu kampaania vältel enam kui 30 kajastust, mis ei olnud seotud trikiga. Temast sai kõneisik!
4. Tema uudist jagasid sotsiaalmeedias mitmed suured kanalid (Reuters, NBC etc.). Lisaks veel paljud väiksemad kanalid tänu millele jõudis ta läbi sotsiaalmeedia enam kui 50 miljoni inimeseni .
5. Hüppe järel loodud TikTokis kanal sai ta esimesel nädalal 150 000 vaatamist.
6. Sündis uus maailmarekord.
7. ERR tegi temast dokumentaal filmi
8. Keity sai üle kõrguse hirmust
9. Tal on aastaks 2022 mitmeid koostöö pakkumisi alates rahvusvahelistest muusikavideotest kuni kosmeetika ettevõteten.

<https://www.nbcnews.com/video/estonian-daredevil-jumps-motorbike-between-two-skyscrapers-123269701716>

