

# SOKEIDEN PÄIVIEN JÄLKEEN

Silmäasema haastaa suomalaiset elämään 24 tuntia ilman näköä

## TIIVISTYS

**MITÄ?** Silmäasema haastaa suomalaiset elämään 24 tuntia ilman näköä – ja dokumentoi matkan.

**MITEN?** Pääformaatti: YouTube-dokumenttisarja (6 x 20–30 min): Jokainen jakso seuraa yhtä osallistujaa

**MIKSI?** Tekee Silmäasema Optiikkasta puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi.

## KONSEPTIN YDIN

Silmäasema haastaa suomalaiset elämään 24 tuntia ilman näköä – ja dokumentoi matkan. Julkisuuden henkilöt, vaikuttajat ja tavalliset ihmiset viettävät vuorokauden täysin sokkona erityisvalmistetuissa laseissa, jotka estävät näkemisen kokonaan. Silmäaseman asiantuntijat ja näkövammaiset vertaisoppaat ohjaavat heitä läpi arjen: aamupalan valmistuksesta työpäivään, saunomisesta lastenhoitoon.

Jokaisen osallistujan matka huipentuu "näkemisen hetkeen" – silmät avataan ja maailma näyttäytyy uusin silmin...



## NÄIN SE TOIMII

<p><b>Pääformaatti</b></p> <p>YouTube-dokumenttisarja (6 x 20–30 min): Jokainen jakso seuraa yhtä osallistujaa koko 24 tunnin ajan. Korkea tuotantoarvo, intiimi kerronta, voimakas "näkemisen hetki" -kliimaksi.</p>	<p><b>Julkaisurytmi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Viikoittainen julkaisu YouTubeissa kuuden viikon ajan.</li> <li>- Jokaisen jakson ympärille rakennetaan viikon mittainen some-kampanja.</li> </ul>	<p><b>Laajennukset</b></p>	<p><b>TikTok/Shorts/Reels</b></p> <p>Sisältö: 60–90s "Sokean hetken" kohokohtia, reaktioita, behind-the-scenes</p> <p>Tavoite: Viraalileviäminen, haasteen lanseeraus</p>	<p><b>Instagram</b></p> <p>Sisältö: Osallistujien päiväkirjamerkinnät, "mitä en nähnyt" -kuvasarja</p> <p>Tavoite: Emotionaalinen syvyys, engagement</p>	<p><b>Live-tapahtuma</b></p> <p>Sisältö: "Sokeiden Päivien Jälkeen" -yleisötilaisuus, jossa yleisö kokeilee</p> <p>Tavoite: PR-momentum, earned media</p>	<p><b>Podcast</b></p> <p>Sisältö: Jatko-osiot osallistujien kanssa 3 kk myöhemmin: "Miten näkeminen muuttui?"</p> <p>Tavoite: Pitkäaikainen sitoutuminen</p>	<p><b>OOH</b></p> <p>Sisältö: Täysin mustat mainostaulut tekstillä "Mitä et näe?" + QR-koodi</p> <p>Tavoite: Huomiohaku, konseptiin ohjaus</p>	<p><b>PR</b></p> <p>Sisältö: Näkövammaisjärjestöjen yhteistyö, Ylen ajankohtaisohjelmat</p> <p>Tavoite: Uskottavuus, laaja tavoitavuus</p>
---	---	----------------------------	---	--	---	--	--	--

**STRATEGINEN  
MONIALUSTAINEN ILMIÖ**



YouTube  
(Esisijainen)



TikTok, Instagram,  
Podcast, OOH, PR



Laaja Vaikuttavuus, Uudet Yleisöt,  
Konversio Toiminnaksi

Konsepti joka tekee Silmäasema Optiikkasta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.