

TERÄSMIELI

Outokumpu haastaa viherpesun aikakaudella kaiken pehmeän "tulevaisuuspuheen" rakentamalla TikTok-sarjan, jossa ruostumattoman teräksen kestävyyks kohtaa ihmismielien kestävyyden.

TIIVISTYS



MITÄ?

Outokumpu haastaa viherpesun aikakaudella kaiken pehmeän "tulevaisuuspuheen" rakentamalla TikTok-sarjan, jossa ruostumattoman teräksen kestävyyks kohtaa ihmismielien kestävyyden stressitilanteessa.



MITEN?

Pääformaatti:

- 60-90 sekunnin TikTok-jaksoja, 8-12 jakson kausi. - Jokainen jakso: yksi stressitilanne + yksi teräksen kestävyyystesti + terapeutin analyysi.



MIKSI?

Tekee Outokumpusta puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi, tavoittaan päättäjiä ja uusia yleisöjä.

KONSEPTIN YDIN

52%



NÄIN SE TOIMII

20%

STAGE 1



PÄÄFORMAATTI & JULKAISURYTMKI

- 60-90 sek TikTok-jaksoja, 8-12 jakson kausi.
- 1 stressitilanne + 1 teräksen kestävyyystesti + terapeutin analyysi.
- 2 jaksoa/vko, 6 viikon kausi.
- Vertikaali natuvi estetiikka.

STAGE 2



LAAJENNUKSET

- **IG Reels:** Samat jaksot, pidempi intro.
- **YT Shorts:** Parhaat murtopisteet.
- **LinkedIn:** 2-min "behind the scenes", teräksen tekninen kestävyyys B2B-kielellä.

STAGE 3



PR & UGC-HAASTE

- **PR:** "Suomalainen teräsyhtiö palkkasi psykologin TikTokkiin" – uutiskynnyksen ylittävä kulma.
- **UGC:** #Teräsmiel - käyttäjät kertovat oman murtopisteensä.

STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIÖ — 10%



TIKTOK

Pääkanava, korkea tavoittavuus, orgaaninen leväminen.



IG, YT, LinkedIn

Kohdennettu B2B-vaihto, ammattilaistyleisi, lisäsisältö.



VAIKUTUS

Puheenaihe, brändin tunnettuus, vaikuttajamarkkinointi, päätöksentekijöiden tavoittaminen.

Konsepti joka tekee Outokumpusta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.