



**WARNER BROS.**  
INTERNATIONAL TELEVISION  
PRODUCTION FINLAND



# LIKAINEN TOTUUS

Mr Muscle käynnistää TikTokissa sisältösarjan, jossa oikeat ihmiset näyttävät kotinsa pahimmat likakohdat – ne, joita ei ikinä näytetä somessa.

## KONSEPTIN YDIN



Mr Muscle käynnistää TikTokissa sisältösarjan, jossa oikeat ihmiset näyttävät kotinsa pahimmat likakohdat – ne, joita ei ikinä näytetä somessa. Ei lavasteita, ei studiovalaistusta, ei mainosliikaa. Vain aito, nolo totuus: uunin takakulma, jääkaapin alle unohtunut jogurtipurki, suihkun silikonisaumat.

Sisältö on rakennettu "confessional"-formaattiin, jossa tekijä tunnustaa häpeäpaikkansa, ottaa hallinnan ja näyttää tyydyttävän transformaation. Mr Muscle ei pelasta ketään – se on työkalu, jolla käyttäjä itse saavuttaa tuloksen.

Konsepti joka tekee Mr Musclesta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä, erityisesti naisia 25–64 v, muuttuaen kiinnostuksen toiminnaksi.

## TIIVISTYS

### MITÄ?

Mr Muscle käynnistää TikTokissa sisältösarjan, jossa oikeat ihmiset näyttävät kotinsa pahimmat likakohdat – ne, joita ei ikinä näytetä somessa. Ei lavasteita, vain aito, nolo totuus.

### MITEN?

Pääformaatti: 30–90 sekunnin TikTok-videot.  
1. Hook (0–3 s): "Kukaan ei ole koskaan nähty täitä..."  
2. Tunnustus: Kamera paljastaa häpeäpaikan.

### MIKSI?

Tekee Mr Musclesta puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi, resonoiden naisyleisön (25–64 v) kanssa.

52%

## NÄIN SE TOIMII

Pääformaatti: 30–90 sekunnin TikTok-videot

- → →
- 1. Hook (0–3 s): "Kukaan ei ole koskaan nähty täitä..."
- 2. Tunnustus: Kamera paljastaa häpeäpaikan
- 3. Transformaatio: Tyydyttävä puhdistus (ASMR, lähiuvat)
- 4. Loppu: Tekijä omistaa loppulokseen, ei Mr Muscle -hahmo

### Julkaisurytmi

- →
- Lanseeraus: 3 vaikuttajan pilottijaksot (samana päivänä)
- Vko 1–4: 2–3 uutta videota/viikko (eri tekijät)
- Jatkuvuus: UGC-haaste #LikainenTotuus (parhaat nostot brändin kanavalle)

### Laajennukset

- → →
- IG Reels: Ristiinjulkaisu, carousels "ennen/jälkeen"
- YouTube Shorts: Pidennetyt "extreme"-versiot
- PR: "Suomen likaisin paikka" -äänestys
- Paid: Spark Ads parhaista organisista sisällöistä

## STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIO 10%



Korkea sitoutuminen,  
Gen Z & Millennialit,  
Trendien luominen



Laajempi tavoittavuus,  
Cross-platform näkyvyys,  
PR-nostot



Brändin tunnettujen kasvu,  
Uusien yleisöjen tavoittaminen,  
Orgaaninen ja maksettu leväminen