

# NÄKÖMUISTI

- MITÄ?** Silmääsema haastaa suomalaiset testaamaan, kuinka hyvin he oikeasti näkevät arkensa – ei optikon tuolissa, vaan omassa elämässään.
- Näkömuisti** on TikTok-natiivi formaatti, jossa ihmiset yrittävät muistaa ja tunnistaa arkisia asioita, jotka ovat olleet silmiensä edessä vuosia.
- MITEN?** **Pääformaatti:** 45–90 sekunnin TikTok-videot, joissa luojat/tavalliset ihmiset testaavat itseään tai toisiaan.
- Rakenne:** Setup ("Kuinka hyvin tunnet arkesi?") → Testi → Reaktio → Paljastus → Lopputeksti ("Koska tärkeät hetket ansaitsevat tarkan näön. Silmääsema.").
- MIKSI?** Tekee Silmääsema Optiikkasta puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi, ohjaten yleisön Silmääseman optikkopalveluihin selkeämän näön pariin.

## KONSEPTIN YDIN



...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

### NÄKÖMUISTI:

TikTok-natiivi formaatti, jossa ihmiset yrittävät muistaa ja tunnistaa arkisia asioita, jotka ovat olleet silmiensä edessä vuosia. Formaatti paljastaa lempeän armottomasti, kuinka paljon "näemme" asioita näkemättä niitä kunnolla – ja kuinka tärkeää selkeä näkö on.



**TÄRKEÄT HETKET  
ANSAITSEVAT TARKAN NÄÖN**

## NÄIN SE TOIMII

### Pääformaatti



→

**SETUP:**  
"Kuinka hyvin tunnet arkesi?"

→

**TESTI:**  
Muista yksityiskohtia

→

**REAKTIO & PALJASTUS:**  
Huumori & totuus

→

**LOPPUTEKSTI:**  
"Koska tärkeät hetket ansaitsevat tarkan näön. Silmääsema."

45–90s VIDEOT:  
Luoja/tavalliset ihmiset testaavat

Julkaisurytmi ja kaari  
VIIKKO 1–2: 3 seed-videota (pariskunnat, perheet)

→ VIIKKO 3–6: UGC-haaste #Näkömuisti (kutsutaan testaamaan)

→ VIIKKO 7–8: "Parhaat palat" kooste + yllätysreaktiovideot

### Laajennukset

**INSTAGRAM REELS:**  
Optimoitu sisältö

**YOUTUBE SHORTS:**  
Perhekeskeiset versiot

**OPTIKKO-LIIKKEET:**  
Näytöt odotustiloissa

**PR:**  
"Suomalaiset eivät muista" tutkimustiedote

## STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIO



**TIKTOK:**  
Pääkanava, Ilmiön koti

Nuoret & nuoret aikuiset

LAAJENNUSSET:  
Instagram, YouTube, PR, Myymälät

Laajempi demografia



**VAIKUTUS:**  
Bränditietoisuus & Myynti

Lisääntynyt kävijämäärä optikolle

Konsepti joka tekee Silmääsema Optiikkasta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.