

Suomen Sipsilegenda

Dokumentaarinen viihdesarja, joka seuraa Taffelin Ahvenanmaan tehtaan sisältä käsin matkaa perunasta pussiin, ihmisten kautta.

TIIVISTYS

MITÄ? Dokumentaarinen viihdesarja, joka seuraa Taffelin Ahvenanmaan tehtaan sisältä käsin matkaa perunasta pussiin – mutta tekee sen ihmisten kautta. Jokainen jakso avaa yhden valmistusvaiheen.
MITEN? Pääformaatti: 6 jaksoa, à 22 minuuttia (TV-slotti). Jokainen jakso keskittyy yhteen henkilöön ja yhteen valmistusvaiheeseen. Dokumentaarinen kerronta, mutta viihteellinen ote.
MIKSI? Tekee Taffelista puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi.

KONSEPTIN YDIN



PERUNANVILJELIJÄ:
Juuret ja raaka-aine



MAKUKEHITTÄJÄ:
Sipsien sielu



PAKKAUSSUUNNITTELIJA:
Ensivaikutelman luova



LAADUNVALVOJA:
Täydellisyden takeet



TAFFEL:

Suomen sipsi – oikeat ihmiset, oikea osaaminen. Sarja paljastaa tarinat tutun tuotteen takana.

NÄIN SE TOIMII

PÄÄFORMAATTI & JULKAISURYTMÄ



TV-ensilähetys Nelosella (syksy), Ruutu VOD:
Binge-katsottavissa, YouTube: Täydet jaksot viiveellä.
6 jaksoa x 22 min, dokumentaarinen viihdeote.

LAAJENNUKSET: TIKTOK & IG REELS



60-90s "Tiesitkö"-klipit jokaisesta jaksosta,
esim. "Näin syntyy Ranch-mauste".

LAAJENNUKSET: YOUTUBE SHORTS & PODCAST



Behind-the-scenes -hetket tehtaalta &
"Sipsilegenda Talks" -podcast (4-6 jaksoa)
makukehittäjän kanssa.

LAAJENNUKSET: OOH & KAMPAANJA



Jaksojen päähenkilöt mainoskasvoina:
"Minä olen Taffelin maku" -kampanja.

20%

STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIÖ



PRIMÄÄRIKANAVAT
Sanoma Media: Nelonen TV & Ruutu VOD.
Vahva TV-näkyvyys ja suoratoiston
tavoittavuus.



SEKUNDÄÄRIKANAVAT
Some-alustat & Podcast.
Laaja digitaalinen läsnäolo ja
sitouttaminen.



VAIKUTUS & TAVOITE
Sipsilegenda ilmiöksi.
Kasvattaa brändin tunnettuvutta, tekee Taffelista
puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.

10%

Konsepti, joka tekee Taffelista puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.