

SUOMEN HAUSKIN SOHVA

MITÄ? Viikoittainen realitysarja, jossa katsojien omat olohuoneet ja sohvat kilpailevat siitä, kuka on Suomen hauskin sohvaporukka.
MITEN? Pääformaatti: 8 jaksoa á 45 min (TV/Ruutu), 4-5 sohvaporukkaa, katsojat näkevät samat Ruutu/Nelonen-ohjelmahetket ja reaktiot.
MIKSI? Tekee Taffelistä puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi.

KONSEPTIN YDIN



Jokainen jakso seuraa
4-5 eri kotia

Katsovat samaa
viihdeohjelmaa

Reagoivat omin tavoin

Jakson päätteeksi
katsojat äänestävät
suosikkisohvansa

Kauden finaalissa
kruunataan Suomen
Hauskin Sohva

Taffel on luonnollisesti läsnä jokaisessa kodissa

NÄIN SE TOIMII



PÄÄFORMAATTI

8 jaksoa á 45 min
(TV/Ruutu).
4-5 sohvaporukkaa
eri puolilta Suomea.
Katsojat näkevät samat
Ruutu/Nelonen-
ohjelmahetket ja reaktiot.



ÄÄNESTYS

Viikoittainen äänestys
valitsee jakson
"Illan hauskin sohva".



JULKAISURYTMI

Uusi jakso perjantai-iltana
(prime time) - Taffelin
ydinhetki. Ruutuun samaan
aikaan / heti perään
binge-mahdollisuus.



LAAJENNUKSET

TikTok/Reels (päivittäin):
Parhaat reaktiot, BTS,
YouTube Shorts: Viikon
parhaat palat.
Haku-kampanja: "Hae oma
sohvasi mukaan" - UGC-video.



FINAALI & ILMIÖ

Kauden finaali:
3 parasta sohva live-studiossa,
striimaus Ruutuun.
OOH: Voittajasohvan kuva
ulkomainoksiin.
PR: Casting on uutinen,
voittajat haastatteluihin.



PRIMARY CHANNELS

NELONEN (Linear TV),
RUUTU (VOD Platform).
Mass reach, premium content
environment, integrated
Taffel presence.



SECONDARY CHANNELS

TikTok, Reels, YouTube
Shorts, Social Media.
Viral engagement,
younger demographics,
UGC participation.



IMPACT & REACH

National conversation,
high engagement,
increased brand preference,
actionable interest,
multi-platform dominance.

Konsepti joka tekee Taffelistä puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.