

SILMIEN TAKANA

TikTok-sarja, jossa Synsamin optikot ja tyyliasiantuntijat paljastavat sen, mitä he **oikeasti** ajattelevat asiakaskohtaamisissa.

KONSEPTIN YDIN

52%

TikTok-sarja, jossa Synsamin optikot ja tyyliasiantuntijat paljastavat sen, mitä he **oikeasti** ajattelevat asiakaskohtaamisissa – mutta käänteisesti. Sen sijaan, että näytettäisiin myyntipuhe, näytetään **sisäinen monologi**: epävarmuudet, oivallukset, ilon hetket ja ammattilypeys.

Jokainen 60–90 sekunnin jakso seuraa yhtä aitoa asiakaskohtaamista, jossa ruudulle ilmestyy optikan tekstinä hänen todelliset ajatuksensa.

Hän sanoo haluavansa “jotain neutraalia”, mutta näen että hän vilkuilee noit...



TIIVISTYS

MITÄ?

TikTok-sarja, jossa Synsamin optikot ja tyyliasiantuntijat paljastavat sen, mitä he **oikeasti** ajattelevat asiakaskohtaamisissa – mutta käänteisesti. Sen sij...

MITEN?

Pääformaatti: - 60–90 sekunnin TikTok-jaksoja, joissa yhdistetään:
- Aito myymäläkuvaus (asiakas antanut suostumuksen)
- Voice-over tai tekstioverlay...

MIKSI?

Tekee Synsam Optikkosta puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi.

NÄIN SE TOIMII

20%

PÄÄFORMAATTI



TikTok



60–90 sek



Aito myymäläkuvaus (asiakas antanut suostumuksen)



Voice-over tai tekstioverlay optikon “ajatuksista”



Lopussa reveal: asiakkaan reaktio valittuihin laseihin



Editointi: nopea, platform-natiivi, ASMR-henkinen (kehysten napsahdukset, peilin avaaminen)

JULKAISURYTMII JA KAARI



Lanseeraus: 3 jaksoa samana päivänä (algoritmibuusti)



Jatkuva: 2 jaksoa/viikko, 8 viikon kausi



Temaattiset viikot: “Ensimmäiset lasit”, “Lasit työhaastatteluun”, “Kun tyyli on jumissa”

LAAJENNUKSET



IG Reels: Sama sisältö, kevyesti muokatut tekstit



YouTube Shorts: Kootut “Best of” -koosteet kuukausittain



UGC-haaste: #SilmienTakana – asiakkaat kuvaavat oman “mitä oikeasti halusin vs. mitä sanoin” -videon

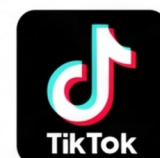


Myymälä: QR-koodi kassalla: “Haluatko nähdä mitä optikkosi ajatteli? Skannaa ja katso oma jaksosi” (opt-in erikoiskokemus valikoiduille)



PR: “Suomen ensimmäinen optikko, joka näyttää ajatuksensa” – lifestyle-media ja aamutv-potentiaali

STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIÖ 10%



ENSISIJAINEN ALUSTA
High engagement



IG Reels



YouTube Shorts

KANNUSTAVAT KANAVAT



UGC

LISÄÄ
NÄKYVYYTTÄ

VAIKUTUS/PEITTOINDIKAATTORIT



Puheenaihe



Asiakasvirta



Brändimielikuva



MITATTAVAT TULOKSET

Konsepti joka tekee Synsam Optikkosta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.