

TERÄSMIELI

Outokumpu haastaa viherpesun aikakaudella kaiken pehmeän "tulevaisuuspuheen" rakentamalla TikTok-sarjan, jossa ruostumattoman teräksen kestävyys kohtaa ihmismielen kestävyuden.

TIIVISTYS



MITÄ?

Outokumpu haastaa viherpesun aikakaudella kaiken pehmeän "tulevaisuuspuheen" rakentamalla TikTok-sarjan, jossa ruostumattoman teräksen kestävyys kohtaa ihmismielen kestävyuden stressitilanteissa.



MITEN?

Pääformaatti:

- 60-90 sekunnin TikTok-jaksoja, 8-12 jakson kausi. - Jokainen jakso: yksi stressitilanne + yksi teräksen kestävyystesti + terapeutin analyysi.



MIKSI?

Tekee Outokumpusta puheenaiheen ja muuttaa kiinnostuksen toiminnaksi, tavoittaen päättäjiä ja uusia yleisöjä.

KONSEPTIN YDIN

52%



NÄIN SE TOIMII

20%

STAGE 1



PÄÄFORMAATTI & JULKAISURYTMI

- 60-90 sek TikTok-jaksoja, 8-12 jakson kausi.
- 1 stressitilanne + 1 teräksen kestävyystesti + terapeutin analyysi.
- 2 jaksoa/vko, 6 viikon kausi.
- Vertikaali natiivi estetiikka.

STAGE 2



LAAJENNUKSET

- IG Reels: Samat jaksot, pidempi intro.
- YT Shorts: Parhaat murtopisteet.
- LinkedIn: 2-min "behind the scenes", teräksen tekninen kestävyys B2B-kielellä.

STAGE 3



PR & UGC-HAASTE

- PR: "Suomalainen teräsyhtiö palkkasi psykologin TikTokiin" - uutiskynnyksen ylittävä kulma.
- UGC: #Teräsmieli - käyttäjät kertovat oman murtopisteensä.

STRATEGINEN MONIALUSTAINEN ILMIÖ

10%



TIKTOK

Pääkanava, korkea tavoitavuus, orgaaninen leviäminen.



IG, YT, LinkedIn

Kohdennettu B2B-vaikutus, ammattilaissyleisö, lisäsisältö.



VAIKUTUS

Puheenaihe, brändin tunnettuus, vaikuttajamarkkinointi, päätöksentekijöiden tavoittaminen.

Konsepti joka tekee Outokumpusta puheenaiheen ja tavoittaa uusia yleisöjä.