

ZEN kõnekaart!

Tee reklaam ZEN põhiväärtuse – **Omadega ikka ja alati tasuta!** – tutvustamiseks.

Eelnimetatud sõnum ei pea olema teie reklaami sõnum. Soovime pigem näha seda, kuidas on teie nägemus, kuidas antud hüve/põhiväärtust tarbijateni viia. Kõik muud elemendid on vabalt valitavad, ainuke tingimus, et ZEN/Pling logo peab olema nähtaval kohal (nt all vasakul) ja kui kasutate oma reklaamis telefoni, siis kasutage palun Nokia telefoni.

TAUSTAINFO

ZEN toimetab! ZEN hoiab omad ühenduses plingides, suheldes ja surfates. Omadega ikka tasuta! Zenikad ei saa mitte ainult omavahel tasuta rääkida, vaid saavad kuuluda oma salaseltsi, kus on aina paremad hüved. Hüvesid tuleb aina juurde

ZENikatele on sõbrad ja gruppi kuuluvus kõige tähtsamad. Samuti eneseväljendus ja enda näitamine. Uus on huvitav ja pakub pinget. Nad on väga teadlikud oma võimalustest midagi endale hankida.

ZEN on omade bränd (sõpruskond, kogukond) – ZENid saavad omadega tasuta rääkida, SMSida, plingida. Omad saavad häid pakkumisi, omasid hoitakse.

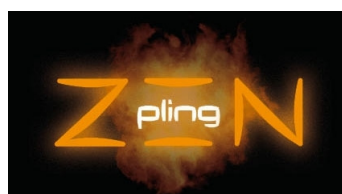
Brändi funktsionaalsed omadused: alati soodsalt ühenduses sõpradega (plingimine, kõned, SMS, surf).

Brändi emotsionaalsed omadused: Young at heart! Noor, vaba, seikluslik, eksperimenteeriv, väljakutsuv.

KONKURENTSIOLUKORRAST

Üleste brändidena omavad kõnekaartidest suurimat turuosa Simpel (26%) ja Smart (31%). ZEN on kolmandal positsioonil 20% turuosaga. Sealjuures on Simpel tugevam tegija eestlaste seas ja Smart vastavalt vene sihtrühmas. Vanusgrupis 15-24 on aga ülekaalukaim bränd ZEN, omades kõnealusel sihtgrupis 35% turuosa. Otseste konkurentidena, kes on samuti noortele suunatud, tegutsevad turul POP (EMT alambränd, antud sihtgrupis 4% turuosa, suurim turuosa kuni 15-aastaste seas – 23%) ja Ultra (Tele2 alambränd, antud sihtgrupis 11% turuosa) – nüüdseks on Ultra asemel Tele2 kõnekaart. Viimase aastaga on ZEN võitnud Simpeli kliente madalama sissetulekuga ja 25-49-aastaste kõnekaardi kasutajate seas. Viimatimainitud on ilmselt tingitud ka 2009. aasta kevadel Simpel X turuletoomine ja Simpeli üldise kommunikatsiooni noortemeelsemaks muutumine.

Vaata lisaks: www.zen.ee ja www.pling.ee



NOKIA
Connecting People