

BIGBANK AS pidulik ärilõuna

Eesmärgid:

Sündmuse idee oli pakkuda kokakunsti ebatraditsioonilises kohas, kus iga detail alates roa garneeringust kuni koha valikuni annaks edasi ürituse üldkontseptsiooni. Sündmuse visiooni loomisel pidi olema aluseks mõni BIGBANKiga seotud aktuaalne teema. Selleks sai valitud “plaan B”- selle uue reklaamikampaania eesmärk oli öelda, et alati leidub alternatiive ja BIGBANK pakub neid. Aluseks olid ka telereklaamid, mis näitasid, kui igav oleks maailm, kui ei oleks alternatiive. Reklaamis oli jäätiselett, kust sai osta ainult vanilje jäätist näiteks. Eesmärgiks ja ootuseks oli sündmusest vaimustunud partnerid ja “plaan B” reklaamikampaania tutvustamine ja kinnistamine.

Teostus:

Ürituse elluviimisel tuli arvestada lähteülesannet, et sündmuse iga detail on seotud “plaan B” teemaga ehk oli vaja pakkuda külalistele häid alternatiive tavapärastele lahendustele. Toimumiskohaks oli Vaba Lava, mis on uus ja avatud teatrihoone, kus saavad oma etendusi mängida need näitlejad kel oma koduteatrit ei ole. Koht on parimas mõttes alternatiiv tavalisele teatrile. Sündmusele sisenedes oli viidad, kus paluti valida plaan A või plaan B.

Sündmuse õhtujuhiks sai näitleja ja lavastaja Üllar Saaremäe - mees, kes on täis häid alternatiive ehk kes on tegev ja hinnatud mitmes valdkonnas. Üllar Saaremäe sidus oma kõnedega kogu sündmuse ühtseks tervikuks ja iga detail sai seostatud teemaga “plaan B”. Muusikalise elamuse pakkusid pianist Rein Rannap ja vokaalansambel Greip. Valikul sai oluliseks, et tegu oleks täiesti uudse kooslusega ja spetsiaalselt sündmuse jaoks tehtud etteastega, mis suudaks külalisi üllatada. Sündmuse üheks tähtsaks komponendiks on peakoka valik, kelleks on olnud varem tuntud elukutseline kokk. Seekord võtsime riski ja kasutasime alternatiivi. Lõunasöögi peakokkadeks olid kaks Eesti tuntud hobikokka ja toidublogijat. Lõunasöögi iga käigu detail oli läbimõeldud ja seostatud “plaan B” teemaga. Külalised sai lahkudes kingiks kodumaise vanilje maitselise ökojäätise karbi, kus sees oli vautser, millega sai lunastada endale sobiva maitsega jäätise.

Tulemus:

Tulemuseks oli meeleolukas sündmus läbi mille tutvustati ja kinnistati külalistele “plaan B” teemat, kuna sündmuse iga detail oli seotud teemaga. Teema “viidi” külalisteni läbi maitseelamuste ja kaasahaarava programmi. Kutsutud koostööpartnerite poolt kiideti koha valikut, kokkade valikut ja hobikokkade pakutud gurmeed, muusikalist etteastet ja kogu tervikut. Kingitus, milleks oli vautser, andis võimaluse valida peale sündmust erinevate alternatiivide vahel ja kinnistas “plaan B” teemat veelgi. 100st jagatud “plaan B” teemaga seotud kingivautserist kasutati ära 80. 130-st külalisest suurem osa andis tagasisidet, mis oli eranditult ainult positiivne.

BIGBANK AS ceremonial end of the year business lunch

Goals:

The idea of the event was to offer untraditional cuisine in a place, where every detail would deliver the events overall conception, starting from the dish garnishing to the place of the event. Creating the events vision, we had to base it on a related and a topical theme to BIGBANK. We chose „plan B“ – the goal of the new advertising campaign was to say, that there are always alternatives and BIGBANK will offer them. We also based it on TV commercials, which showed, how boring the world would be, if there wasn't any alternatives. In the commercial there was a stand, where you could buy only vanilla ice-cream. The goal and objective of this event, was enthused partners and the introduction and embedding of „plan B“.

Execution:

In the execution of the event, we had to take in count the initial task, that every detail has to be related to the theme of „plan B“ a.k.a we had to offer the guests good alternatives to usual solutions. The event took place at Vaba Lava, which is a new and open theater building, where actors who don't have their own home theater, can do their performances. The place is a perfect example of an alternative for a regular theater. Entering the event, there were signs, where you had to choose between plan A or plan B. Üllar Saaremäe, an actor and a producer, was chosen as the events host – a man, who is full of good alternatives - active and valued in many areas. Üllar Saaremäe connected the event as a whole with his speeches and every detail got related to the theme „plan B“. Musical experiences was offered by the piano player Rein Rannap and a vocal ensemble Greip. Making the choice, it was important, that the association would be brand new and a special performance made for the event, which would surprise the guests. One of the important components of the event, was choosing the head chef, who is a known professional chef. This time we took a risk and used an alternative. The two head chefs of the lunch were two well known Estonian hobby chefs and food bloggers. Every detail of the lunch course was advised and linked to the theme of „plan B“. The guests got a home-made vanilla eco ice-cream box as a gift when they left, that had a voucher inside, which you can use to redeem an ice-cream of your desired taste.

Result:

The result was a spirited event, through which the „plan B“ was introduced and fixed to the guests, while the events every detail was related to the theme.

Topic was brought to the guests via taste experiences and enthralling program.

The place of event, chefs choice and the gourmets offered by the hobby chefs, musical performances and the whole event was praised by all the invited partners.

The gift, which was a voucher, gave the opportunity to choose between alternatives and fixed “plan B” even more. 80 gift vouchers related to “plan B” theme out of 100 were used. Most of the guests out of 130 gave feedback, which was exclusively positive.