

Ideede pingpong

Eesmärk

- Tugevdada klientidevahelisi sidemeid ja suhteid, anda originaalne põhjus kokkusaamiseks ning suhtluseks.
- Lähtudes üle-Eestilisest Liikumisaastaks kuulutatud üleskutsest peaks kliendiüritus olema sellest vaimust kantud – olles liikumist propageeriv ning samas kõigile jõukahane.
- Kolme ettevõtte: reklaamiagentuuri ZavodBBDO, digitaalagentuuri FUTU ja üritusturundusettevõtte Event Mastersi igapäevaseks tööks on aktiivne suhtlus klientidega ning ideede katsetamine ning kombineerimine vastastikusel tihedas suhtluses. Kuidas väljenduks see pool kliendiüritusel?

Teostus

Ideede pingpongturniir Lauluväljakule püstitatud Klinkberg Venue telgis. Neljal laual paralleelselt kulgenud meelelahutuslik lauatenniseturniir kõigi külaliste osavõtul. Ebatraditsioonilises õhkkonnas kadusid kiiresti piirid ning vennastuti laudade taga ühtseks pereks. Kuna tegu oli meelelahutusliku spordiga, ei jäänud keegi kõrvale. Ekraanidel tutvustati kolme ettevõtte paremaid töid, et tekitada usaldusväärset ning huvi nendes külalistes, kes siiani teistest ettevõtetest polnud kuulnud. Iga ettevõtte spetsiifikat kasutades oli loodud sündmusele sisu: Futut iseloomustas saabujate online-registreerimine tahvelarvutites. Zavod BBDO esitles oma koolikiusamise-vastast kampaaniat, selle eestkõnelejana astus oma *live*-ga üles muusik Helen Adamson. Event Masters viis läbi ristikurunduse põhimõttel ideede loosi, kus iga osaleja „võitis“ loosina tasuta hea idee ning lubaduse see korraldaja poolt koostöös soovi korral ellu viia. Spetsiaalselt selle ürituse tarbeks loodi ja lavastati koos Tantsugeeni tantsijatega teatraalne pingpongishow, andmaks märku, et iga ürituse etteasted valmivad rätsepatööna – vastavalt tellija ja teema piiridele. Kui turniiri üldvõitja lahkus karikaga, siis kõikidele osalejatele kingiti lahkudes õhtu sportliku vaimuga kokku sobiv raamat: Raul Rebase autogrammiga teos „Võimalik“ olümpiavõitjast kettaheitja Gerd Kanteri sportlastee arenemise looga.

Tulemus

Läbi korraldatud kliendisündmuse ajaloo kõrgeim osavõtuprotsent sündmusest. Paranesid kliendisuhed ning paljudel juhtudel tekkis senisest tugevam emotsionaalne kontakt kutsututega. Tagasiside-küsitluses kiitsid osavõtjad sündmuse vaba õhkkonda ning ideed korraldada kliendiüritus meelelahutuslikult sportlikus turniiri võtmes. Ürituse järgselt tunti huvi ning uuriti, kas ja kus oleks huvilistel võimalik omal käel lauatennist harjutamas käia. Realse tulemusena muretses üks osalenud ettevõtte sündmuse järgselt kontoris pingpongilaua, kus tööstressis töötajad saaksid oma pingeid välja kõksimas käia.

Ping Pong of Ideas

Objective

- Strengthening customer contacts and relations, providing an original opportunity for meeting and communicating.
- Given that 2014 was the Year of Moving in Estonia the customer event followed the same idea – promoting physical activity, but not requiring extra skills of the participants.
- The daily activities of three companies – the Zavod BBDO advertising agency, FUTU digital agency and Event Masters event marketing agency – comprise active communication with customers, testing and trying ideas in close cooperation. How would all this be expressed in a customer event?

Implementation

The Ping Pong of Ideas Tournament in the Klinkberg Venue tent on the Song Festival Grounds. All guests were participating in this fun table tennis tournament held simultaneously on four tables. The untraditional atmosphere soon made the barriers disappear and all teams and tables became one partying family. This being entertainment sport everybody played along.

The best works of the three companies were displayed on large screens, in order to create interest and trust among those guests who were not yet familiar with the other companies. The specific areas of activity of each of the three companies were used to build up the whole event: FUTU arranged for online registration of the guests by using tablets. Zavod BBDO presented its anti-school-bullying campaign, with a live performance by Helen Adamson, who is leading the campaign. Event Masters used cross-promotion to carry out a lottery of ideas, where every participant „won“ a good idea, which the organiser promised to implement free of charge if the winner so wished and was ready to cooperate.

In cooperation with the Tantsugeen Dance Studio a theatrical ping pong show was created specially for the event, referring to the fact that every event was tailor-made in line with the theme and limits set by the customer.

The winner of the tournament took away the traditional cup, but all participants also received a gift that well suited the sporting spirit of the event: the book „Võimalik“ (Possible), signed by the author Raul Rebane and telling the story of the discus thrower and Olympic champion Gerd Kanter.

Result

The highest ever participation rate of any customer event we have organised. Customer relations improved and in many cases a stronger emotional contact was established with the customers.

In the feedback questionnaire the participants praised the event for its relaxed atmosphere and the entertaining tournament. Afterwards there was keen interest in finding places where to practice table tennis. One of the participating enterprises even got a ping pong table after the event, so that the employees could let out steam by playing ping pong.