

BMW RPM KONVERENTS

ÜRITUSTURUNDUS SISEKOMMUNIKATSIOON



Briif / Ootused / Eesmärgid:

BMW Retail Program Management grupp soovis korraldada oma iga-aastast ülemaailmset koosviibimist. Eesti oli neile silma jäänud digitaalse riigina, kus oleks huvitav vaadata tulevikku ja leida digilahendusi ka nende enda igapäevatoosse. Võistlus käis Tallinna ja San Fransisco vahel.

Korraldajatelt eeldati võimekust võtta inimesed vastu Helsingis ning lahendada kogu kolmepäevase konverentsi logistika, täita sisuga digiteemalised esinemised, luua visuaalne identiteet, pakkuda kõikvõimalikke lahendusi, mis seostuvad digitaalse töö ja elukorraldusega.

Konverents pidi olema informatiivne, meelelahutuslik, põnev ja uuenduslik. Sloganiks oli ette antud - "*Think Different, create New*"



Tulemused:

78 külalist 25st erinevast riigist. Edukad üritused, esinejad ja informatiivsed konverentsipäevad **kahe riigis**. Küllastajate rahulolu indeks **9,8 punkti** (läbi aegade kõige kõrgem). Kiitvad kommentaarid antud üksuse juhtkonnalt ning omakorda nende juhtidelt. Uued planeeritud BMW grupiküllastused 2019 aastasse (seekord juba 4)

Elluviimise kirjeldus,

Külaliste vastuvõtt algas Helsingis, Clarion hotellis õhtuse kokteilipeoga. Järgmise, ühtlasi esimese, konverentsipäeva algus möödus Eckeröline praami konverentsiruumides, kus vaadati minevikku ehk võeti kokku eelneva perioodi tulemused ja selgitati lahti eesseisev. Jätkati Tallinna tuuri ja digitaalse näitemänguga Erinevate Tubade Klubis. Õhtu lõppes digitaalse Loquiz seiklusmängu ja õhtusöögiga Farm restoranis. Teisel päeval keskenduti olevikule ja läbiti Start-up maailmast tuntud Hackathon vormis mõttetalgud, kus püüti leida digitaalseid lahendusi akuutsetele murekohtadele. Õhtul anti üle auhinnad aasta tublimatele Lennusadamas. Viimane päev oli tulevikku vaatav - külastati Eesti e-showroomi, kuulati meie edulugusid digitaalseks ühiskonnaks pürgimisel ning võeti õppust BMW ühelt digitaalset transformatsiooni alustanud edasimüüjalt Irimaalt.



BMW RPM KONVERENTS

SISEKOMMUNIKATSIOON

Elluviimise kirjeldus,

Igas planeerimise etapis arvestasime digitaalse lähenemise ja võimalustega. Juba algusfaasis sai otsustatud, et pabermaterjale ürituseks ei toodeta - kasutasime Festivity äpi abi ja lõime eraldi BMW RPM white label äpi. Kõik mängud, tegevused, hääletused ja suhtlus toimus digitaalselt. Ka ürituse visuaalne identiteet toetas peamiselt digitaalseid lahendusi kombineerides vana ja uut. Esinejate valik ja programmi koostamine suunas külalisi minevikust tuleviku poole ja eesmärgiks oli anda piisav tuge digitaalseks muutumise teel.

