

Bolti „Change the game“ – kasvuga käsikäes

KLIENT: BOLT

Hoomamatuseni ampluaad laiendanud idufirma kollektiiv jõudis põhiväärtuste osas ühele joonele.

EESMÄRK

Aastaga eksponentsiaalselt kasvanud tähttegevõttes aset leidnud **muudatused tuli mängulisel viisil töötajaskonnani viia**. Kuivõrd 2018. aastaga võrreldes oli lisaks üleöö Taxifyst Boltiks transformeerumisele kergitatud käivet neli ja töötajate arvu kaks korda, sukeldutud peale tavapärase sõidujagamisteenuse toidukullerluse ja elektriliste tõukerataste maailma, pidid värskema ilme saama ka kunagi vaid paarikümne inimese tarbeks kehtestatud **sisemised väärtused**. Lisaks oli oluline, et töötajad kogeksid käegakatsutavat võimalust ise firma tulevastes suunamuutustes **kaasa rääkida**.

ELLUVIIMINE

550 osalejat veetsid koos aktiivse nädala, millest kahe päeva jooksul nuputati häkatoni käigus just nende teemade üle, mis töötajate meelest enim muutmist vajasisid. Häkatoni käigus kujundati **ettevõtte kultuuri ja õppimisprotsesse**, tuule said tiibadesse näiteks sisetaskuhääling ning “sõõrikusemude” süsteemi. **Konstantse muutuse motiivi** rõhutasid nii igasse Kultuurikatla ruumi paigaldatud mängulise kallakuga elemendid (vimkadeg mängunupud, paberlennukid, kaardid jm) kui igal õhtul uue teema (suvefestival, neoonmaailm, imedemaa) võtmes ümber kujundatud Pada. Kastist välja mõtlema suunasid pisimadki detailid: ümar täring, Bolti maskoti Meemägra kujuline malenupp, auguga lauatennisereket. Kõrvaltegevusedki keskendusid **loovuse arendamisele**: 3D-trips-traps-trull, robotlahing, isejuhtiv auto. Samas toetas **roheline mõttelaad** arusaamist, et üldinimlikud väärtused pole Boltile meeletu kasvutempo juures võõraks jäänud. Taaskasutuse põhimõtted pidid jõudma mikrotasandile: sorteerisime prügi, vältisime plastikut. Tagatipuks valmistasime koos 12 disaineriga materjalide ülejääkidest erinevaid tarbeesemeid ning koondasime need kinkekompektideks 30 paljulapsele perele üle Eesti.

TULEMUSED

Bolt on jätkanud ülikiiret kasvu ja maine töödandjana püsib tihedal tööjõuturul kõrgel, seega tajuvad töötajad firma põhiväärtuseid hästi – on ju nende väljakujundamise ise panustatud. Ürituse pikkuse tõttu oli eriti oluline pakkuda rahvusvahelisele seltskonnale pidevat vaheldust, millega tagasiside kohaselt ka igati hakkama saime: toodi välja just fakti, et iga päev oli detailideni eriline. Kui enne võis veel tekkida kahtluseid, kas ettevõtte sisemine infrastruktuur peadpööritava kasvuga sammu pidada suudab, siis pärast tummist nädalat enam mitte.