

Sisekommunikatsioon. Coingaming Group Christmas Gala:

“To the Red Moon!”

Ülesande püstitus / väljakutsed:

Pidime mõtlema, kuidas:

- jutustada lugu, mis **väljendab tugevalt ettevõtte visiooni** ning oleks **täpselt nende nägu**, kinnistades sõnumeid: *we dream big, sky is not the limit* → *to the moon!*
- korraldada **maailmatasemel gala Mustamäel**, kossusaalis, kus polnud kunagi üritusi tehtud ja kus puudus piisav infrastruktuur
- läheneda “leierdatud” kosmose temaatikale nii, et see võtaks sõnatuks
- mh edastada sõnum, et **inimesed ise saavad muuta maailma**
- üllatada pikaajast klienti millegi **ootamatuga** ja panna töötajad tundma end **erilisemalt kui kunagi varem**

Elluviimise kirjeldus:

Arvestades, et eelmist galat kirjeldati *ületamatuna*, oli väljakutse sel aastal tõeliselt suur.

Otsustasime **eksperimenteerida** nii asukoha, produktsiooni kui *storyline*’i puhul millegagi, mida me polnud kuskil varem katsetanud ega näinud.

Ettevõtte logost inspireerituna sai ürituse keskseks sümboliks **Punane Kuu**, mis on olemuselt unikaalne ja millega edastasime sõnumit ettevõtte ja inimeste **erilisusest**.

Meie soov oli väljendada Kuu temaatikat võimalikult **visuaalselt ja põnevalt**, seetõttu viisime inimesed sõna otseses mõttes Punase Kuu pinnale, kust nad nägid **live-pilti maakerast** ning sellel toimuvast, et tunne oleks autentsem.

Tehniliseks väljakutseks oli **aktiivne maakera**, mis oleks piisavalt **suur, efektne, keskkonnasõbralik** ning tehtud ebatavalisel viisil. Selleks ehitasime saali lakke **tagurpidi ümmarguse telgi**, millele projekteerisime pöörleva Maa.

Õhtu avapauguks oli **“Maa tõusu” vaatamine**, et pakkuda külalistele midagi, mida nad polnud kunagi kogenud.

Saalis oli kuumaastik, joodi kuutolmu, söödi kuukive.

Õhtu alguses **tervitati live-video vahendusel** ettevõtte **õhtust vahetust** Maa peal, kes hakkasid sealt Kuu poole liikuma.

Lastekodulastele suunatud heategevusoksioni üheks müügiesemeks oli **Punase Kuu lõuend**, kuhu kõik külalised said endast maha jätta *tähe*.

Tulemus:

- Tagasisideküsitluse *overall*-hinnang **4,9/5st**.
- Kõik eesmärgid said **edukalt täidetud** vaatamata sellele, et üritus leidis aset väljakutseid pakkunud tingimustes ja ajaraamis. Tegime **midagi uut, mis toimis ja läks külalistele korda** ning **mõjus värskena** pikaajasele kliendile, kes arvas, et eelmisi üritusi ei saa ületada.
- Sõnumi väljendusviis aitas kaasa kliendi tegevuseesmärkide selgemale esiletoomisele ja tugevdas **ühtekuuluvustunnet**.
- Külalised mõistsid, et **nende teod viivadki to the moon!**
- Üritust iseloomustati mh *“Level up again! Best event we’ve had!”*
- Heategevusoksjon sai tõelise menu osaliseks ning oli väga edukas, ületades nii meie kui kliendi ootused.