

Üritusturundus: produktsioon

Klient: Coingaming Group (CG)

Töö: "I am Coingaming"

Ürituse produktsiooniülesande püstitus:

Olles varasemalt üllatanud klienti mastaapsete produktsioonilahendustega, oli meie selle aasta eesmärgiks jääda võimalikult **autentseks ja inimlähedaseks**. Tõime fookusesse CG töötajate eneseväljenduse, mis sai sündmuse keskseks väärtuseks, ning mille suunasime täielikult ka produktsiooniprotsessi.

Kuna ühendasime kogu aasta sisekommunikatsiooni tegevused ühtseks sündmuseks, siis oli produktsiooniprotsess uudne ja pandeemia-oludega arvestades üpris keeruline. Lisaks pidime arvestama kliendi aastaringselt kasvava meeskonnaga, kes on pärit enam kui 30 erinevast riigist ning töötab 24h vahetustes.

Elluviimise kirjeldus:

Aasta pealkirjaks sai "I am Coingaming 2020", mis aitas väärtustada kõige olulisemat – inimeste isiklike soove ja unistusi. Idee sügavaks tunnetamiseks andsime võimaluse kogeda seda **kolmes – eri ajal ja kohas toimuvas – ürituse etapis**: festivalil, kontori avamisel ja virtuaalsel aasta-galal.

Festivalil viisime juht-idee kliendini selle kaudu, et suur osa üritusest valmis ühisloome tulemusena CG töötajatega. Suurt keerukust valmistas see, et pidime festivali kokku panema vaid **paari nädalaga** ning ka ühisloomeks vajalik veebiankeet tuli CG töötajate jaoks võimalikult põnevaks kujundada.

Tänu edukale eelkommunikatsioonile avasid CG töötajad meie jaoks tõelise kullalaeka – **sajad unikaalsed digiankeedi vastused**, millest lähtuvalt moodustasime programmi.

Kontori avamisega tõime festivalil avastatud tunded füüsilisel kujul CG ruumidesse.

Kõikide etappide kujunduslahendusel lähtusime formaadiga sobituvast ja *tribe*'i tunnetusega seonduvast. Soovisime keerulisel aastal anda välja vaid **rõõmsaid ja kergesti mõistetavaid** kujundeid ning elemente. Virtuaalne gala pidi aga olema võimalikult **stiilne** ja tehniliselt inimesi kokkutoov.

Kõik põhielemendid valmisid käsitööna, alustades **festivali massiivsest logost kuni 500 kinkepakini**.

Tulemused:

Antud meetodil sündmuse loomine andis väga hea arusaama CG **töötajate soovidest ja tunnetusest**. Tänu sellele, et etapid olid eri aegadel, aitas ühtne idee inimestel ja organisatsioonil üksteist **oluliselt sügavamalt mõista**.

Kõik etapid sujusid vaatamata oludele veatult ning said **aegade positiivseima tagasiside**. Virtuaalne sündmus aitas aasta edukalt kokku võtta. Ürituse avas CG omanik otse Dubaist, üles astusid osakonnajuht Rio de Janeirost ja kõik auhindade võitjad ja nominendid kümnetest kodudest üle Eesti. Tõime sõna otseses mõttes terve maailma kokku *ühe katuse alla*, tekitades koosolemise tunnet ka ajal, mil kokku ei saanud tulla.