

SCORO UUSAASTAPIDU

2021. aasta sügisel oli meie laual ülesanne - viia läbi Scoro uusaastapidu, mis kõnetaks sihtgruppi ja pakuks kõigile adrenaliinirohket õhtut. Pidul, mis paneks tiimi ühes hingama ning seejuures kasvataks ka rahulolu oma tööandjaga.

Peale populaarse Squid Game'i vaatamist tundsi, et peame just selleteemalise ürituse ellu kutsuma. Õnneks oli Scoro samal lainel ning teised loovkontseptsioonid kahvatusid trenditeemadest inspireeritud lahenduse kõrval.

Ürituse teemaks sai THE GAME ning kontseptsiooni märksõnadeks - mängulisus, tiimitöö proovilepanek, ootamatus, julgus ja trendikus.

THE GAME

Eesmärk oli korraldada üritus, mis vastaks Netflix'i sentsatsiooni loodud ootustele ning ühendaks nooruslikult kõik töötajad nii Eesti kui väliskontoritest.

Säilitades salapära, kutsusime Scoro kollektiivi traditsioonilisele uusaastaüritusele. Dresscode palus end riidesse panna küll inspireerituna parimatest spioonifilmidest, kuid programmile see ei viidanud.

Kuid siis saabus peol hetk, mil tuled kustutati, ruumi sisenenud maskides inimesed võtsid peo üle ning ekraanile ilmus salasõnumit esitav mängujuht. Pidul sai järsu pöörde, kui õhtujuht võeti pantvangi ning kõik töötajad jaotati salapärase mängujuhtide poolt gruppidesse ning igale tiimile jagati kätte nende väljakutse. Väljakutsed olid kõik, sarnaselt Squid Gamele, seotud meie lapsepõlve populaarsete mängudega, mis tiimitööd proovile panevad. Ülesannete täitmiseks oli ajaline piir ees ning kõik tiimid pidid ühise eesmärgi nimel töötama, et jõuda personaalse koodini.

Mängud varieerusid, leidis nii nuputamist kui füüsilisemat tegevust – alates õhupalli nooleviskest ja blind tastingust, minilabürintide kuni Squid Game Dalgona küpsise mänguni välja. Õige kood vabastas õhtujuhi rakmetest ning lasi peol jätkuda.

KOKKUVÕTE

The Game on hea näide engaging peoformaadist, kus kavalalt lahendatud lihtne loovidee aitas meil ürituse töötajate jaoks meelelult meeldejäävaks ja emotsiooniderohkeks teha. Kvaliteetne ja meeolukas mänguline pidul suurendas noore rahvusvahelise kollektiivi rahulolu oma tiimi ja tööandjaga ning tervitas Eesti ja väliskontorite töötajaid ägeda elamusega.

Kontseptsioon tabas sihtgruppi täpselt kümnesse ning haakus ülihästi Scoro väärtuste ja ootustega. Seda kinnitas ja toetas ka 97% osalus ning kõrge tagasiside.