

# TELE2 - GOT BALLS?

## Selle töö peamised pointid?

Üks selge sümbol ja julgust esiletoov sõnum kogu aasta sündmustele.



Ürituste kampaania "Tele2 - Got Balls?" oli väljakutsuv lahendus väljakutsuja brändile.

Kampaania tõstis esile väljakutsetega toimetuleku tähtsust ning innustas töötajaid olema loovad, julged ja innovaatilised oma mõtlemises ja tegevustes.

## Mida siis tehti?

Traditsioonilisest ja olulisest infopäevast sündis üks tõeliselt inspireeriv ideede, info ja energia pallimeri, kus pallide kasutamine julgustas interaktsiooni ja loovust. Neile kirjutati märksõnu ja küsimusi, visati lavale ja publiku hulka, olid keskseks motiiviks töötubades ning kasutasime neid osana lavakujundusest ning dekoreerisime nendega õhtuse peo.

## Oota, mis pallid?

Pall on geniaalne alusmaterjal, sest ta on:



## Palli lingvistikat!

Got Balls?  
Kui julge sa oled?  
Keep your eyes on the balls  
Fookus olulisele  
Kas sul palle on?

## Miks see töötas?

Sest pall on lihtne ja mänguline, lõhub tavapäraseid piire korporatiivsete siseürituste mõttes.

Lingvistika mõjub veidi intrigeerivalt ja elevust tekitavalt.

Pallid täidavad paljusid rolle, nagu teises pallis kirjas.

Lahendus on kuluefektiivne, kuna kõiksugu pallid on soodsad.



## Sama julge lähenemine leidis rakendust ka teistel töötajatega seotud üritustel.

Jõulu otseülekanne, mille rikkus "Grinch".

Turunduskampaania lanseerimise videoülekanne esitlus Tivoli atraktsioonide pealt.

Koos klientidega talisuplusele mineku üritus Lennusadamas.