

Klient: Supermetrics, globaalne turundustarkvara startup.

Sündmus: Iga-aastane ülemaailmne töötajate ühisüritus kultuuri loomiseks ja 10. aastapäeva tähistamiseks.

Väljakutse: Tekitada elevust, et tagada osaluse tase ja panna inimesed üritusest rääkima.

LOOVAHENDUS JA STRATEEGIA

Ootusärevuse loomine:

Planeerisime suure rahvusvahelise ürituse **täielikus saladuses**, et inimeste uudishimu maksimaalselt äratada.

Intriigi tekitamine:

Ürituse kohta teabe **järkjärguline** avalikustamine, segatuna **eksitavate vihjetega**, et panna inimesed vaidlema, arvama ja diskuteerima kuulujuttude ümber.

Kontseptsioon:

Superscape X

X kui tundmatu:
Saladus ja ootusärevus põhinesid teadmatusel.



X kui number 10:
Tähistas ettevõtte 10. aastapäeva.

X kui maagiline x-faktor:
Loovus ja innovaatus, mis eristab seda üritust.



TEOSTUS

Logistiline väljakutse:

Korraldasime 400 inimese toomise üle maailma Eestisse, hoides sihtkohta saladuses kuni viimase hetkeni.

Asukoht:

Valisime Pärnu, et kasutada selle kompaktseid võimalusi teambuildinguks, pidudeks, spordiks, töö tegemiseks kompaktses ja privaatses keskkonnas.

Meeskonnaehitus ja meelelahutus:

Korraldasime erinevaid tegevusi, mis tugevdasid meeskonnatunnet ja kultuuri.

Saladus kuni lõpuni:

Isegi ürituse toimumise ajal ei teadnud osalejad, kuhu järgmine tegevus neid viib, sealhulgas 10. aastapäeva tähistamise asukoht, mis viis külalised eemale Pärnust.



TULEMUS

Lõime **enneolematu ootusärevuse** ja kõrge osaluse, kasutades inimeste kujutlusvõimet ja saladuse võlu.

Tegelik üritus ületas osalejate ootusi, kinnitades, et hästi planeeritud ootusärevus ja loovus võivad luua unustamatu kogemuse.

