

Verston 15 - sisekommunikatsioon

Eesmärk:

Verston soovis tähistada oma 15. juubelit viisil, mis oleks eelkõige **tänuavaldus inimestele** – töötajatele, partneritele ja klientidele, kelle tahe ja koostöö on viinud ettevõtte turuliidriks.

Eesmärk oli **tugevdada kuuluvustunnet, luua emotsionaalne side Verstoni visiooniga ning jutustada ettevõtte lugu läbi inimeste, mitte numbrite.**

Üritus pidi olema sisult ja teostuselt üllatav ning peegeldama Verstoni olemust: **liikumist, teed ja tahet ehitada homset.**

Teostus:

Juubeli keskseks loovaks ideeks sai Verstoni slogan **"Kus on tahe, seal on tee"** – narratiiv, kus iga detail teenis ühist terviklugu. Asukohaks valisime Paide linna, kust Verston alguse sai ja kohaks Paide Jalgpallihalli, kus polnud varem selliseid üritusi korraldatud. See sümboliseeris Verstoni kirge jalgpalli vastu kui ka valmisolekut minna sinna, kuhu teised ei lähe. Keerukas produktsioon Eesti talve, kütte ja elektrilahendustega muutus teadlikuks osaks loost: **tee ei ole kunagi lihtne.**

Õhtu avasime mõni kuu tagasi eetris olnud raadiosaatega, kus täiesti spontaanselt avaldas Verstoni töötaja tänu ja rahulolu Verstoni kui tööandja suhtes. Sellest inspireerituna sai valitud õhtujuhiks sama hääl, kes oli spontaanses raadiokõnes saatejuhiks: Maris Kõrvits.

Järgnes viieosaline avashow, mis ühendas videokunsti, tantsu ja Verstoni töötajate ehedad emotsioonid. **Mida tegime uut?** Laserid joonistasid LED-ekraanile animeeritud Verstoni logo. Töötajate ausad videovastused tõid saali pisarad ning tantsijad ehitasid sõna otseses mõttes "tee" läbi saali lavani, kehastades taristut, koostööd ja arengut.

Keset jalgpallihalli lõime kõrbe-Ginibaari, mis sümboliseeris narratiivi **"tulgu tulevikus, mis tuleb, meie rajame sinna tee"**.

Tulemus:

Üritus tõi kokku üle 500 inimese, sh töötajad, kliendid ja partnerid, ning saavutas ligi 90% osalusmäära viimasel reedel enne jõule.

Verstoni ürituste aegade kõige positiivsem tagasiside kinnitas, et sündmuse loovidee kõnetas ja tekitas väga tugeva emotsionaalse sideme Verstoni ja inimeste vahel – töötajad tundsid end nähtuna ning ettevõtte visioon muutus isiklikuks.

Sündmus tugevdas sisekultuuri, süvendas koostöösuhteid ning kinnistas Verstoni kui julge, hooliva ja ambitsioonika tööandja kuvandit.