



PROMOTSIOONI case study

Eesmärk oli luua SAVVY'le Gamescomil mitte lihtsalt nähtavus, vaid selgelt eristuv ja meeldejääv brändikogemus, mis positsioneeriks ettevõtte mõjukate otsustajate seas ambitsioonika, usaldusväärse ja kõrgetasemelise partnerina.

Soovisime murda tavapärase messimõtlemise, kus brandid võistlevad visuaalse müra abil ning luua keskkonna, mis kõnetab läbi kvaliteedi, ruumitunnetuse ja sisulise kohalolu.

Projekti elluviimise kirjeldus:

Gamescom on maailma suurim videomängude sündmus, kus liigub ligi pool miljonit külastajat. Lõime tippjuhtidele suunatud ala business-tsooni, naabriteks Meta, Google ja Microsoft. Kontseptsiooniks sai justkui „bränditud peakontori“ keskkond, kus ärikohtumised toimuvad loomulikus ja privaatses õhkkonnas, kus kõik vajalik on olemas: privaatsus, mugavus jms.

Ruum lahendati seitsme privaatse kohtumisruumiga, mis võimaldasid sisulisi vestlusi, usalduslikku suhtlust ja pikaajaliste suhete loomist. Iga ruum kandis SAVVY visuaalset identiteeti, kuid vältis ülebrändimist – **fookus oli atmosfääril, mitte reklaamil.**

Loovlahenduse keskmes oli nutikas taaskasutus ja funktsionaalne esteetika. Kasutasime olemasolevaid brändielemente ning andsime neile uue elu valguse, materjalide ja detailide kaudu. Nii sündis keskkond, mis nägi välja eksklusiivne, kuid oli üles ehitatud ressursitõhusalt.

SAVVY kohalolek ei kutsunud inimesi „vaatama“, vaid sisse astuma, istuma ja vestlema. Promotsioon ei toimunud plakati või loosungi tasandil, vaid praktilise kogemusena – läbi ruumi, teenuse ja suhtluse.

Tulemus:

Savvy ala pälvis erakordselt tugeva ja positiivse tagasiside. Kliendi ja külaliste hinnangul oli tegu Gamescomi business-alal seni nähtutest ühe kõige läbimõelduma ja kvaliteetsema lahendusega, mis pani meid kergelt öeldes punastama.

Lahendus täitis oma peamise eesmärgi: positsioneerida SAVVY kõrgetasemelise ja usaldusväärse partnerina ning luua platvorm sisukateks kohtumisteks ja uute koostöösuhete tekkeks.

Projekt jõudis ka rahvusvahelisse meediakajastusse ning tõestas, et väikese Eesti tiimi ideed ja teostusvõime suudavad särada maailma kõige konkurentsitihedamal laval.