

Projekt: Playtech "Challenge Chuck!"

Klient: Playtech

Kategooria: Sisekommunikatsiooni üritus

Eesmärgid:

- Playtechi Eestis asuvad üksused kohtusid ühiseks meeskonnaürituseks viimati 11 aastat tagasi.
- Kuna Tallinna ja Tartu kontorite töötajad ei puutu igapäevatoos tihedalt kokku, hakkas lisaks geograafilisele vahemaale tekkima ka emotsionaalne distants kontorite vahel.
- Kliendi soov oli tuua need kaks taas kokku eesmärgiga tekitada ühtse *front*-i ja ühe Playtechi fiilingut.
- Kuid kuidas meelitada kohale nooremajaloolised töötajad, kes eelistavad suviseid meelelahutusüritusi ning ei viitsi ettevõtte suveüritusele tulla? Ning kuidas kujundada team-buildingu alatooniga üritust, vältides juba klassikavaldkonda kuuluvaid võtteid ning luua ürituse kommunikatsiooni noortepärasel ja kaasaegses võtmes?

Elluviimise kirjeldus:

- Appi tõttas legendaarne action-kangelane Chuck Norris! Playtechis on töö mäng ja mäng töö, lisades juurde sihtgrupi komponendi - põlvkonna, kes kasvasid üles Chucki kangelastegudele kaasa elades - saime valedi tulemuseks, et ürituse ideelahendus peab olema mänguline. Mänguline võti aitas pehmeneda ka lõimumisfookusest ja kahe kontori pikaajalisest mittekohtumisest tingitud võimalikku ebamugavust.
- Chuckist kujunes kogu lahenduse keskne karakter, kelle kaudu ürituse lugu humoorikal ja sihtgruppi kaasahaaraval viisil jutustada. Sest kõik teavad, et Chuck on kõige võimsam. Võimsam kui sõna "võimas".
- Üritus algas osaliste jaoks kohalesaandumise eel - lõime üritusele legendi ja eelloo: nimelt esitas Chuck Norris Playtechile väljakutse ning jättis töötajatele ürituse toimumispaika ületamiseks arvukalt katsumusi.
- Meest, kes vajab dublanti ainult nutustseenide jaoks, on üpris raske võistluses ületada ning kuna ainuke võimalus Chuck-i võita on lüüa massiga, siis sai ürituse südameks suur "Challenge Chuck!" meeskondlik seiklusmäng.
- Osalejad kogusid orienteerudes ning tegevuskatsumusi sooritades tavapunkte. Kuid Chuck jättis kontrollpunktidesse ka viited oma saavutuste kohta - ületades Chucki tulemuse, sai koguda topelpunkte. Eesmärgiga selgitada päeva lõpuks välja, kas võidab Chuck või Playtech.

Tulemused:

- Ürituse õnnestumist hindasid osalejad 5-palli süsteemis hindega 4,24.
- Tagasisides leidsid positiivset äramärkimist osalejate poolt ürituseks loodud keskkond, mis soodustas ettevõtte üksuste omavahelist tutvumist ning tegevusprogrammi ülesehitust, mis oli disainitud looma ühtse "rinde" tunnet kahe kontori vastandamise asemel - *"This event concept gave us a chance to meet the people in the other offices, otherwise it's like 2 different companies under the same umbrella."*
- Chucki kui keske tegelaskuju kasutamine kommunikatsioonis toimus, sest oli lihtsasti mõistetav, noortepärane ja humoorikalt cool - täites funktsiooni ning pakkudes lõimumisteemale mängulise lähenemise.
- Mängulise ja jabura katusteema kasutamine tõi kohale ka "skeptikud" ja osalusprotsent oli oodatust suurem, kuna teema tekitas huvi ja elevust, sest oli inimeste jaoks tavapäratu.