

TREV-2 PRUULIKODA – esimene omataoline Eestis

Eesmärk

Teede ehitamine ja remontimine on igas mõttes olnud väga mehine valdkond. Mismoodi lisada brändile aga veidi kaasaegsust ja muuta see emotsionaalsemaks? Brändiks, mis suudaks mehi kõnetada millegi muuga kui vaid töövaldkonda jäävate teemadega? Firma tundis, et väikese värskenduse jaoks on vaja luua midagi ühendavat nii ettevõtte siseselt kui väliselt. Mis suudaks seda kahte poolust ühtmoodi kõnetada ning panna endast rääkima? Annaks lisaväärtust ja aitaks ühendada nii erinevaid inimesi?

Teostus

Lahenduseks oli kogu aastat hõlmav ühendav katusprojekt, millesse olid haaratud enamik TREV-2 erinevate astmete ja valdkondade juhtidest. Veebruaris 2014 loodi unikaalne ettevõtmine – TREV-2 Pruulikoda. TREV-2 oli esimene õlletootmisega mitte otseselt seotud ettevõtte, kes endale pruulikoja oma töötajate ja klientide tarbeks asutas.

Käsitööõlledel kultuur on tõusva trendiga haru kogu Euroopas, TREV-2 oli Eestis esimene, kes lõi oma põhikirjaga klubilise koosluse, mis ühendas endas ühe ettevõtte entusiaste ja huvilisi. Üheskoos läbiti käsitööõlledel spetsialiseerunud Öllenaudi spetsialistide ja meistrite juures workshop-koolitusi, valiti üheskoos välja nende ettevõtet esindav maitse ning pandi koos käima esimene laar ettevõttepõhist õlut. Kõik TREV-2 Pruulikoja asutamise juures olnud huvilised olid ühtlasi selle võrdväärseteks osanikeks.

Ka kogu järgnev protsess valmis tihedas koostöös ja mõttetalgute tulemusena: valiti uuele õllelaarile sobiv nimi ning koos disaineriga töötati välja pudeli etikett.

Esimest valminud õllelaari jagati nii degusteerimiseks kui auhindadena ettevõtte suvepäevadel mekkimiseks kõigile osalejatele. Kliendikingituseks lõime kena pakendi (koos õlleklaasiga) ning teisest laarist said osa jõulude eel kõik TREV-2 suurkliendid.

Tänu Pruulikoja oli loodud inimesi kõnetav idee oma loo ja eesmärgiga, mis tõesti ellu ärkas ning hakkas töötama kogu ettevõtte kasuks.

Tulemus

TREV-2 Pruulikoda on ühendanud ettevõtte enda inimesi, lähendanud juhtkonda ja lihttöölisi ühise huvi abil. Pruulikoja juhtimises ja töös on nad kõik võrdsed, kuna põhineb töövälisele harrastusele ja kirele.

TREV-2 Pruulikoja eesmärgiks ei ole mitte inimesi jooma ahvatleda, vaid harida neid ja levitada õllekultuuri selle üllamatel eesmärkidel. Õlletegu on üdini mehelik, personaalne ja isikupärane, mille väärtust oskavad nautlejad hinnata.

Paranenud on ettevõttesisene kliima, TREV2-le on pruulikoda andnud inimlikuma näo ja selle eeskujuna on nakatanud ka firma suurkliente pruulikoja ideega liituma.

TREV-2 BREWERY – first of its kind in Estonia

Mission

Road construction and repairing has always been a manly activity in every sense. How to add the brand a touch of contemporaneity and make it more emotional? A brand, which could address men with something different besides the topic of their field of activity?

The company had a sense that in order to make small refreshment, it's necessary to create something unifying, both- internally and as a format. What would it be, that would address both poles equally and make a point? What would give additional value and help to unite different people?

Realization

The solution was a project that covered the whole year; including managers of different levels and fields of activity. In February 2014 an unique venture was found – the TREV-2 Brewery. It was more like a fan club not directly connected with beer production as an official producer.

The culture of hand-made beer is a rising trend in whole Europe, TREV2 being the first in Estonia, to create an association with statutes, uniting enthusiasts of the company. They attended the hand-made beer training courses and workshops at Öllenaut specialists and masters. In cooperation they chose a taste representing their company and started the first „company beer“. All interested persons who were present at founding the TREV-2 Brewery became its equal shareholders as well. All the process that followed was a result of cooperation and common discussions: the suitable name for beer was chosen and in cooperation with designers the label for the bottle was Designer.

The first brewery was given for degustation, also as a prize during the companies summer-event- for everybody to taste. As for the gift for clients a handsome package was done (together with a beer glass), and the second brewery was given to TREV-2 key clients just before Christmas.

An idea, addressing people with a story and mission, of TREV-2 Brewery, had become reality and it worked- for the benefit of the whole company.

Result

The TRVE-2 Brewery has united the people of TREV-2, it has brought closer the administration and workers, as they have a common interests. In managing brewery they are all equal, as it's based on enthusiasm and passion, out of working field.

The mission of TREV-2 Brewery is not to tempt people to drink, but educate them and spread the „beer culture,“ concerning its noble mission. Brewery is a masculine activity to the core, personal and featureless, the value of which the enjoyers can appreciate.

The inner climate in the company has improved, the Brewery has given a more human face to TREV2 and also company's key clients have been caught by the example of joining the brewery idea.