

Project: Helmes Gala “We Design The Future”

Client: Helmes AS

Category: Internal communication

Task setup for the event:

- How can Helmes (a company engaged in IT and software development with its services used globally) positively “shake” its 200 employees at the main event of the year, the internal communication gala?

Expectations towards and objectives of the task:

- The team, 80% of it composed of introverts and pragmatists, must be made communicate more on a daily basis, between teams, offices and countries. So, the communication level needs to be raised and the employees need to be taken out of their comfort zone.
- Development of creativity to create new angles of vision for the employees both in their lives and work.
- Perception of the future and creation of the playful side of the future to help find parallels in everyday work (the products and services created by the employees of Helmes change our consumption behaviour today and in the future; for example, the e-prescription in health care).

Implementation of the event:

- We created the concept “**We Design The Future**” for the gala, which was largely based on contributions by the employees into the preliminary work process and the use of their creativity.
- We asked the employees to predict and see the future and through that, create fashion collections that should be completed in 3 weeks (by using the budget set. The ideas and creative solutions were up to the teams to develop and implement) and presented in front of the audience at the annual gala of Helmes.
- At the event, lots of special solutions were used and future technologies described - decorations, stage, lighting and video solutions, coloured by photos and a summarising video.

Results:

- The teams comprised mainly of introverts were able to step out of their comfort zone, regular work culture and rhythm and create 6 amazing and creative collections in three weeks.
- As shown by feedback, this was the most successful internal communication event in the history of Helmes, with 63% of the participants giving it maximum points on a five-point scale, 29% assessing it with a four, 8% with a three and no lower grades were given.
- As a result of the concept, the event and everything as a whole, all objectives set by the client were achieved and the implementation of the long-term internal communication strategy developed in cooperation with the agency will be continued in the future as well.

Projekt: Helmes gala "We Design The Future"

Klient: Helmes AS

Kategooria: Sisekommunikatsioon

Ürituse ülesande püstitus:

- Kuidas Helmes (IT- ja tarkavara arendusega tegelev ettevõtte, kelle teenuseid tarbitakse globaalselt) suudab oma 200 töötajat positiivselt "raputada" aasta tähtsündmuse raames sisekommunikatsiooni galal.

Ürituse ülesande ootused ja eesmärgid:

- 80% ulatuses introvertidest ja pragmaatikutest koosnev spetsialistide meeskond on vaja panna igapäevaselt rohkem suhtlema tiimide, kontorite kui ka riikide vahel. Vajalik on seega töötajate omavahelise suhtlustasandi tõstmine ja rutiini lõhkumine.
- Loovuse arendamine, et luua ja tekitada töötajatele uusi vaatenurki elus ja töös.
- Tuleviku tajumine ja sellele mängulise poole loomine, et tekitada neile igapäevatoos paralleele (Helmese töötajate loodavad tooted ja teenused muudavad meie kõigi tarbimiskäitumist täna ja ka tulevikus, näiteks e-retsept tervishoius).

Ürituse elluviimise kirjeldus:

- Lõime galaüritusele kontseptsiooni "**We Design The Future**", mis põhines suuresti töötajate panusel, panustamisel eeltöö protsessi, loovuse kasutamisel.
- Palusime töötajatel ennustada ja näha tulevikku ning luua seeläbi moekollektsioonid, mis peaksid valmima 3 nädala jooksul (kasutades etteantud eelarvet. Ideed ja loovlahendused olid siiski meeskondade enda välja mõelda ning teostada) ja tulema show raames publiku ette Helmese aastagalal.
- Kohapealne üritus oli võimalikult palju erilahendustel toetuv ja tulevikutehnoloogiat kirjeldav - dekoratsioonid, lava, valgus ja videolahendused, mida ilmestavad ka fotod ja kokkuvõtlik video.

Tulemused:

- Peamiselt introvertidest koosnevad meeskonnad suutsid tulla välja oma mugavustsioonist, tavapärasest töökultuurist ja rütmist ning luua kolme nädala jooksul 6 vapustavalt loovat kollektsiooni.
- Tagasiside tulemusena edukaim sisekommunikatsiooni üritus Helmese ajaloos, kus viiepallisel skaalal hindas üritust maksimaalse tulemusega 63% osalenutest, 29% andis hindeks neli, 8% kolm punkti, madalamad hinded puudusid.
- Idee, ürituse ja muu terviku tulemusena täitusid kõik kliendi poolt seatud eesmärgid ja jätkatakse koostöös agentuuriga pikaajaliselt seatud sisekommunikatsioonistrateegia elluviimist ka edaspidi.