

Project: Tallink Silja Awards 2015

Client: Tallink Grupp AS

Category: Internal communication

Objective:

Tallink Silja (the largest operator on the Baltic Sea) organises an annual gala event for its employees to honour and thank the best employees and offer them great experience. So, it was a true challenge for the agency to surprise people who work side by side with entertainment and have seen and experienced a lot.

How can we show that Tallink Silja is a sustainable and forward-looking company with a vision? We chose the future as the theme of the event. Here, however, it was important for the agency and the client to organise the event and programme parts without descending into cheap future-related cliché.

Solution:

We decided to link the underlying ideas of the entire event, the venue, the programme, the decorations and the emotions with one spectacular solution. For this, we built the largest projector screen in the Baltics on the Tondiraba Ice Hall arena, totalling 120 metres in length.

This 120-metre projector screen was the decoration and video screen of our show, the carrying part of the show and the recurrent future reference in the entire programme. The award gala, the presentation of new work clothes, the introduction of winners, the visual for show performances and the band decorations - all this was a powerful visual emotion created based on the vision of the video artist.

As one of the most innovative solutions on the Estonian event marketing arena, we staged, for the first time, a tumbling show in front of the projector wall so that the movement of the gymnasts was projected on the 120-metre screen and gave a completely new powerful form to tumbling. It was a synergy of manpower and technology.

Result:

The concepts arising from the objectives of the event were all solved with one simple solution - the use of a big screen as a form of future technology. We were able to turn this ordinary ice hall into an amazing environment that kept changing colour and painted a new picture of every moment of the evening for people, showing that this is the future.

We proved that event marketing is moving towards simple and interactive solutions that embrace the people in the hall, the programme and the emotion.

We took the people of Tallink Silja to the year 2115 and had them experience powerful visual and conceptual emotions.

Projekt: Tallink Silja Awards 2015

Klient: Tallink Grupp AS

Kategooria: Sisekommunikatsioon

Eesmärk:

Tallink Silja (Läänemere suurima operaatorina) korraldab igal aastal oma töötajatele galaürituse, et austada ja tänada parimaid töötajaid ja pakkuda neile korralik elamus.

Seega oli agentuuri jaoks suurimaks väljakutseks, kuidas üllatada inimesi, kes ise töötavad pidevas kokkupuutes meelelahutusega ja kes on ka palju näinud ning kogenud.

Kuidas näidata, et Tallink Silja on jätkusuutlik ja tulevikku vaatav ettevõtte, millel on oma visioon. Sellepärast valisime ürituse teemaks tuleviku. Siinkohal oli aga agentuuri ja kliendi jaoks oluline, kuidas lahendada üritus ja programmiosad nii, et ei laskutaks odavasse tulevikuteemalisse klišeesse.

Lahendus:

Otsustasime siduda kogu ürituse kandvad ideed, toimumiskoha, programmi, deko ja emotsiooni ühe suurejoonelise lahendusega. Ehitasime selleks Tondiraba Jäähalli areenile suurima projektsiooniekraani Baltikumis - kokku üle 120 meetri pikk.

120 meetrit lai projektsiooni sai meie jaoks ürituse dekoratsiooniks, videoekraaniks, show kandvaks osaks ja ka kogu programmi läbivaks tulevikujooneks. Auhinnagaala, uute vormirõivaste presentatsioon, võitjate esitlemine, shownumbrite visuaal ja bändide deko -kõik oli videokunstniku nägemusest loodud võimas visuaalne emotsioon.

Ühe uudseima lahendusena Eesti üritusturundusmaastiku mõistes lavastasime esmakordselt õhuakrobaatide show projektsiooniseina ette ehk võimlejate liikumine kandus edasi 120 meetrisele ekraanile ja andis õhuakrobaatikale täiesti uudse ja võimsa vormi. Tekkis inimjõu ja tehnoloogia sünergia.

Tulemus:

Ürituse eesmärkidest tulenevad ideed said kõik lahendatud ühe lihtsa lahendusega ehk suure ekraani kasutamise ja tulevikutehnoloogia võtmes. Suutsime muidu tavapärasest jäähallist luua hämmastava keskkonna, mis pidevalt muutus ja värvis inimestele igast õhtu hetkest uue pildi, et see ongi tulevik.

Tõestasime, et üritusturundus liigub lihtsate ja interaktiivsete lahenduste poole, mis haaravad ning ühendavad kogu saali inimesi, programmi ja emotsiooni.

Viisime Tallink Silja inimesed aastasse 2115 ja pakkusime neile võimsa visuaalse ja konseptuaalse emotsiooni.