

# Coca-Cola all-hands meeting "VISION FORWARD"

KLIENT: COCA-COLA

Kontsentreeritud jõupingutus tõi parimaga harjunud juhtivtöötajatelt sooja tagasiside ning rakendas ürituse ühtlasi Eesti kui startup-riigi PR-vankri ette.

## EESMÄRK

Via kontserni Kesk- ja Ida-Euroopa juhtivtöötajad kaheks päevaks ühele lainele.

Ühildada mastapne konverents samavõrd eesrindliku sotsialiseerumisvõimalusega.

Seada ühised sihid 125-aastase brändi tulevikuks meie regioonis.

Rõhutada Coca-Cola rolli säästliku ja taaskasutusele pühendunud maailma eest võitlemisel.

Tutvustada mõjukale publikule Eesti idufirmade saavutusi.

Juurutada Eesti mainet väärt äriturismisihtkohana.

## ELLUVIIMINE

Ülinapi korraldusaja ning Venemaa ja Poola gigantide vastasseisu tingimustes ühendasid jõud kaks Eesti agentuuri, et 700 nõudliku maitsega kontserni juhtivtöötajale ennenägematu korporatiivüritus korraldada. 28 riigist pärit osavõtjatele tuli tagada üle 50 esineja üle 800 slaidil kulgeva loo sujuv päralejõudmine. Tulevikku suunatud põhisõnum pidi lisaks ettekannete sisule kajastuma ka toimumiskohtades, produktsioonis ja meelelahutuslikes kõrvaltegevustes.

Peale tulevaste keskkonnasõbralike pakendilahenduste lisasime tulevikudiskursusele kohaliku mõõtme, luues konverentsipaika uusimaid tehnoloogiaid ning innovaatilisi Eesti ettevõtteid tutvustava demoala nimega Tomorrowland, kus sai testida näiteks uusi Freestyle joogiautomaate ning proovida arendusprotsessis olevaid Coca-Cola võimalikke uusi maitseid. Tutvustasime külalistele kõiksuguseid Eesti e-lahendusi ning kaheksat põnevat kodumaist star-up'i.

Teisisõnu võib öelda, et võtsime enda kanda EAS-i äriturismi arendamise rolli.

## TULEMUSED

Nii kliendipoolsete korraldajate kui osalejate dokumenteeritud tagasiside põhjal oli tegemist kõigi aegade edukaima analoogse üritusega: 99% kliendi poolt tehtud tagasisideküsitlusele vastanuist nautisid konverentsipaiga kujundust ja sisustust, 96% küsitlusele vastanuist hindas kogu logistilise poole positiivseks, ülekaaluka toetuse pälvisid ka Tomorrowland (92%) ning agentuuri tegevus (97%).

Kokku hindasid osalejad kaheksat teemapunkti ning keskmine rahulolu-protsent oli 95,3%.

Mõjukad külalised lahkusid Tallinnast teadmise, et tulevik on nii Coca-Cola kui Eesti päralt.