

Võistlustöö nimi / Entry Title

Nordea Uus Algus *roadshow*

Võistlustöö lühikirjeldus (max 300 tähemärki) / Describe the event or the campaign in short (max 300 letters)

Nordea pank tuli 2010.a mais välja repositsioneeriva imagokampaaniaga – väikesest laenupangast suureks kodupangaks. Enne kampaania algust tuli sõnumit kommunikeerida ettevõtte töötajatele. Lahenduseks oli viis üle Eesti toimunud sarnase *talkshow*-liku ülesehitusega üritust, kus kõnealused teemad läbi arutati, mängiti ja võimalikud hirmud kõrvaldati.

Mis oli ürituse ülesandepüstitus (max 500 tähemärki) / Describe the purpose of the event or campaign (max 500 letters)

Nordea Uus Algus peab olema töötajatale arusaadav ning põhjendatud – siis suudavad nad seda ka oma igapäevatoos rakendada ja klientidele kommunikeerida. Üritustel tuli anda kõigile töötajate peas tekkivatele küsimustele vastused.

Miks Uus Algus? Miks kõige personaalsem?

Nordea oli repositsioneeringu protsessi alguses oma turuosalt Eestis tunduvalt suurem, kui oma tuntuselt ja mainelt. Et see edasist äri arengut pidurdama ei hakkaks, oli vaja Uut Algust ja esimestena pidid sellesse uskuma kõik panga töötajad.

Millised olid seatud ootused ja eesmärgid (turunduslikud ja kommunikatiivsed) (max 500 tähemärki) / What were the measurable goals for the event or campaign (max 500 letters)

- tutvustada repositsioneeringle eelnenud lugu ja vajadust muutuseks
- tutvustada Uue Alguse imagokampaaniat ja selle tegevusi
- anda vastused kõigile tekkivatele küsimustele
- esitleda Uut Algust väga emotsionaalsel ja interaktiivsel viisil, et see muutus mõjuks igati positiivselt

Ürituse elluviimise kirjeldus (max 1000 tähemärki) / Describe the implementation of the event or campaign (max 1000 letters)

Uue Alguse üritused said avalöögi Tallinnas Nukuteatri õuesaal, sarnase ülesehituse ning sisuga infopäevi korraldati hiljem üle Eesti ka teistes suuremates linnades. Üritus oli lahendatud *talkshow* võtmes; lavale oli loodud avatud stuudio, kus saatejuhi (Veikko Täär) veslusringis käis nii panga juht Vahur Kraft, teised juhatuse liikmed, kui ka psühholoog ja koolitaja Mare Pork, keda intervjueriti muutuste ja uute alguste psühholoogilisest aspektist. Ühele ekraanile kuvati saate *live*-pilti ja teisel toetati erinevate visuaalidega intervjuudes räägitud teemasid. Töötajaid said esitada reaalselt SMS-i teel küsimusi, mis kuvati kolmandale ekraanile. Kogu „saadet“ aksenteeris stuudiobänd, kes mängis signatuure teemavahetuste vahele.

Iga juht andis oma isikliku uue alguse lubaduse, mida ta homsest uutmodi tegema

hakkab.

Ürituse lõpuosas sai igaüks joonistades kujutada oma uut algust, mida ta kavatses homsest ellu viima hakata. Kogutud pildid paigutati kohapeal ühisele suurele seinale – tekkis koos loodud uus algus.

Mis juhtus ürituse tagajärjel (max 500 tähemärki) / What happened as a result of the event or the campaign (max 500 letters)

- töötajad mõistsid repositsioneeringu vajadust ning elluviimise tegevuskava
- töötajatest said uue brändilubaduse saadikud ja sõnumi edasikandjad eesliinis
- töötajad oskasid adekvaatselt suhtuda muutustega alguses kaasnevatesse ebamugavustesse

Kas ja millises mahus said täidetud püstitatud eesmärgid (max 500 tähemärki) / Were the goals of the event reached? (max 500 letters)

- teadvustati Uuele Algusele eelnenud lugu ja vajadust muutuseks
- saadi vajalik info repositsioneeriva imagokampaania ja selle tegevuste osas
- küsiti palju otsekoheseid küsimusi Uue Alguse kohta ja saadi küsimustele vastused
- õnnestus esitleda Uut Algust positiivselt emotsionaalsel viisil ning minimaliseerida võimalikku vastuseisu vajalikele muutustele ettevõtte kommunikatsioonis

Kirjelda ürituse mootorikat. Mida uut suudeti ellu viia? (max 500 tähemärki) / Describe the event mechanics. What was there new and innovative about the event or campaign? (max 500 letters)

Viies Eesti linnas toimunud Uue Alguse sisekommuniaktsiooni *launch*-id andsid emotsionaalses ja interaktiivses *talkshow* formaadis põhjaliku ülevaate Nordea repositsioneerimise loost – väikesest laenu pangast suureks kodupangaks. Töötajatele räägiti lahti kogu edasine tegevusplaan, vastati paljudele teravatele küsimustele ning lõpetuseks loodi üheskoos sümbolne uus algus joonistustest koosneva kollaaži näol.

Pildimaterjal / Picture and/or visual materials



üritusturundus-

