

Äripäev

Firmapidu

15. aprill 2014 | Eriväljaanne



TALLINNA KÜLJE ALL OOTAB TEID ILUS LOODUS KUI PARADIISIS

- Korraldame Teile meeldejäeva ja aktiivse sünnipäeva ja juubeli Oxforell Puhkekeskuses.
- Võid meil süüa forelli või proovida teisi maitstavaid palu!
- Tule rallita ohutult Paunküla Heaolukeskuse jäär ajal!



PEATSE KOHTUMISENI!

Oxforell Puhkekeskus ja Paunküla Heaolukeskus



OXFORELL.EE | KOSE-UUEMÕISA, TOOMINGA 1, 75102 HARJUMAA | TEL 56 484 000 / 56 500 026 | INFO@OXFORELL.EE

PAUNKÜLA HEAOLUKESKUSES ON HEA OLLA!

PAUNKÜLA HEAOLUKESKUS KUTSUB KÜLALISI:

- Suvepäevad ja talvepäevad firmadele ja sõpruskondadele
- Koosolekute ja seminaride koht ettevõtetele ja koolidele
- ATVD, paintball & lumesaanid ning muud seiklused
- Suplus ja saun aasta läbi
- Mõnus majutus ja maitstavad eined

Lisainfo tel +372 5650 0026
E-post: info@paunkula.ee
Koduleht: www.paunkula.ee
Paunküla Heaolukeskuses on hea olla!



Ö Ö K L U B I

Teater

TEIE FIRMAPIDU ÖÖKLUBIS TEATER

AJALOOLISE SUURSUGUSE ATMOSFÄÄRIGA KLUBI TEATER RUUMID ON IDEAALSED
FIRMAPIDUDE - SÜNNIPÄEVAD, AASTAPÄEVAD, JÕULUPEOD - KORRALDAMISEKS.

KLUBIS 3 ERINEVAT SAALI: PEASAAL, MEMBERS LOUNGE JA ÖÖKLUBI TABOO.

SELTSKONDADELE ALATES 5 KUNI 1000 INIMEST.

ÖÖKLUBIS TEATER VÕIMALIK FIRMAPIDUSID KORRALDADA 7 PÄEVAL NÄDALAS.

AITAME KA FIRMAPEO KORRALDAMISEL, NÄITEKS PAKKODES LISAKS MUUSIKUID, TANTSIJAJD, CATERING TEENUST.

Klubi Teater meeskond soovib Teie firmale unustamatu peo korraldada!



Klubi Teater Peasaal



Members Lounge



Privaatne klubi Taboo



ETTEVÕTETELE SOODUSTUSED JÄRELPEO KORRALDAMISEL KLUBIS TEATER.



Vabaduse Väljak 5, Tallinn. Avatud igal reedel ja laupäeval 23:00-05:00,
Dress Code: Smart Casual, vanusepiirang: 21

Reserveeringud: +372 56 88 4444, info@klubiteater.ee või www.klubiteater.ee





DINNER in the Sky kogemus leiab aset spetsiaalse laua ümber, mis mahutab korraga 22 inimest.
FOTOD: DINNER IN THE SKY



Taevalaotus ootab kahel korral gastronoomiahuvilisi. Firmaüritused õhus

Sel suvel väisab taevarestoran **Dinner in the Sky**, mis pakub võimalust õhus tegutses restoranis maitseelamusi nautida, Tallinna kahel korral.

10.–16. juunini leiavad eined taevalaotuses aset endise Kunsti-akadeemia asukohas Tartu mnt 1 ning 12.–17. augustil Roter-
manni kvartalis.

Huvilisi kostitatakse rooga-
de, kauni vaate ning õhtusöögi-

töste ajal ka elava muusikaga. Valida on kolme erineva paketi vahel – lõunasöök, šampanja ja õhtusöök – olenevalt menüüst ja sellest, kui kaua soovitakse tae-
vas aega veeta. Paketi hind on 58–208 eurot kahele inimesele, 638–2178 eurot 22 inimesele.

Dinner in the Sky kogemus leiab aset spetsiaalse laua üm-
ber, mis on tõstetud maast kraa-
naga 50 meetri kõrgusele. Taeva-

restorani on disaininud ja ehi-
tanud Belgia firma Events is the
Sky. Laua ümber mahub istuma
korraga 22 külalist – kokk ja abi-
personal toimetavad laua keske-
le jäävas ruumis.

Eined 45 riigi taevalaotuses. Li-
saks õhtusööki saad Dinner
in the Sky tõsteid kasutada ka
koosolekute läbiviimiseks, äri-
kohtumiste pidamiseks, toote-

638

eurost alates mak-
savad paketid 22
inimesele, mis viivad
50 meetri kõrgusele
einestama.

esitlusteks, kolleegidega koos va-
ba aja veetmiseks ja muuks.

Kõrged nõudmised turvalisu-
sele ja põneva elamuse pakkumi-
ne on tekitanud huvi ettevõtmi-
se vastu 45 riigis üle maailma –
taevarestoran on üles seatud näi-
teks USAs, Kanadas, Austraalias,
Horvaatias, Belgias, Liibanonis,
Marokos, Prantsusmaal ja mit-
mel pool mujal. Info: www.dinnerinthesky.ee.

Pidudele messilt hoog sisse

Helsingi messikeskuses toi-
mub 28. ja 29. augustil mess
Bisnespäivat, mille fookuses
on ärikingitused, rahvusvahe-
liste ürituste korraldamine,
kontoritarbed.

Messil osalevad firmad, mis
pakuvad ettevõtlus- ja reklaam-
kingitusi, hotelli- ja majutus-
teenust, peo- ja toitlustustee-
nust, korraldavad koosolekuid
ja konverentse, rendivad peoruu-
me, kongressi- ja üritustetehni-
ka, pakuvad graafilisi teenuseid
ja muud firmatööks ja selle üri-
tuste korraldamiseks vajalikku.

Messile on oodatud firma-
sündmuste, kohtumiste, konve-
rentside korraldajad, bürootee-
nuste, -tehnoloogia ja -esemete
ning personaliküsimuste, koo-
lituse ja värbamise eest vastuta-
vad spetsialistid.

Messi külastamine on kõigile,
kes ennast eelnevalt registreeri-
vad, tasuta. Registreerumine al-
gab lähikuude jooksul.

Ä Vaata veebist

Messi lisainfo:
WWW.MESSUKESKUS.COM,
WWW.PROFEXPO.EE.

Kinkston

VAJATE T-SÄRKE?

KÜSI Kinkstonist 2.09€*

1.89€*

*Valge T-särk 1.89€, väriline 2.09€
Hind kehtib kogusele alates 100tk
Hindadele lisandub käibemaks

200 särgi ostja
saab 2 piletit
Matvere, Maarja,
Koit Toome või
Smilersi
suvetuurile!

Tartu Kontsert
www.kontsert.ee

Tel 650 59 20 info@kinkston.ee www.kinkston.ee

Taktikalise Laskmise Keskus

ÜKS PARIMA VARUSTUSEGA LASKETIIRE PÕHJAMAADES!

TULE LASKETIIRU!

TEE OMA FIRMAÜRITUS LASKETIIRUS!

Helista +37256880888

www.tacticalshooting.ee

Tallinn, Kopli 103

Tartu, Riia 26

TEE OMA
ARIPARTNERI
KINGITUS
JA KÜSI
KINKEKAARTI!

Catering – pisidetailidest koosnev pusle. Kokkuhoid võitu ei too

INGA JAKOBSON
kaasautor



Catering-teenust valides ei tasu lähtuda ainult menüü hinnast. Oluline on ka ürituse eesmärk, formaat, mastaapsus, sihtgrupp, kestus, toimumiskoht, inventarivajadus ja muud pisiasjad.

Enne catering-teenuse tellimist tasuks firmal läbi mõelda, millisele üritusele ja mille jaoks seda vajatakse. See aitab selgeks teha, kas vajadused suudab rahuldada suurpakkuja või piisab mõnest väiksemast, soovitas Swedbanki pressiesindaja Mart Siilivask.

“Tellimust tehes on aga üks olulisemaid nüansse üritusel osalejate arvu määramine,” lisas ta. Alati ei tule kõik kutsutud kohale ning täpse arvu tootlustajale edastamine võib seetõttu tihtilugu keeruliseks osutuda. “Üritus ei tohi ebaõnnestuda toidu vähesuse tõttu ning samuti ei saa me vastutustundetult üle jäänud toitu likvideerimisele saata. Kalkuleerimine – nii osalejate arvu kui portsjonite suuruses – vajab põhjalikku eeltööd,” rõhutas Siilivask.

Elisa Eesti suhtekorraldusjuht Marika Raiski soovitas catering-teenust tellides pöörata pakkumises tähelepanu ka toidu kogusele inimese kohta ja toiduainete kaupa. “Vaadata tuleks, kas arvestus on tehtud kaalu või tükkidena. Kaalu põhjal koguste hindamine on kindel tee, sest tüki puhul ei tea kunagi, kui suur või väike see võib olla,” selgitas ta.

Kokkuhoid head ei too. Suurim eksimus, mida tehakse toitlustusteenust firma üritusele tellides, on Event Cateringi tegevjuhi Kert Veski sõnul see, kui klient toetub otsust tehes ainult pakkumise lõpphinnale, jättes tähelepanuta pakkumise sisu ja menüü kogused. “Ei täpsustata, kas teenindajad kuuluvad hinda, kas oodatakse laua katmist või lihtsalt toidu kohaletoomist,” lausub ta ja soovitas üle täpsustada ka näiteks selle, kas vaja on lisainventari – laudu, toole, laudlinasid jne.

Carmen Cateringi tegevjuht Relika Tiik-Koppa soovib uurida ka toitlustustevõtte tausta – kui kaua on turul tegutsenud, kui usaldusväärne ettevõtte on, milliseid sündmuseid on nad varasemalt toitlustanud, kas nad valmistavad toidud oma köögis või tellivad allhanke korras, kui palju on neil toidunõusid – kas nad peavad palju inventari lisaks rentima. “See kõik näitab ära, milline teadmiste ja oskuste pagas on ettevõttel olemas. Ja kui inventari on vaja palju lisaks rentida, siis kajastub see ka hinnas kliendi jaoks,” rõhutas ta.

Kindlasti ei tasu valikut teha vaid kodulehel märgitud menüü hindade põhjal. “Nende taga on peidus palju, mida reaalselt näha pole,” soovitas ka üritusturundusfirma X3M Marketing tegevjuht Ken Matsalu ja loetles: köögipoole loovus, toidu värskus, teenindus ja selle kvaliteet. “Kuna toitlustus on ürituse ahelas üks väheseid osi, mis on inimese jaoks eluliselt vajalik, mitte lisa luksus, siis see ei tohiks olla kokkuhoiu koht ei mahult ega kvaliteedilt,” arvas Matsalu.

Toidu kõrvale meelelahutus. Tavapärasele catering-teenusele lisaks küsitakse viimasel ajal Car-

CARMEN
Cateringi tegevjuht Relika Tiik-Koppa (paremal) soovib enne teenuse tellimist uurida firma tausta – kaua on tegutsenud, milliseid sündmuseid on toitlustatud, kas toidud valmistatakse ise jne.

FOTO: MEELI KÜTTIM



6

kuni 12 kuud varem anna suuremate firmapidude (vähemalt 200 inimest) korraldamisel toitlustusfirmale teada soovist tema teenuseid kasutada.

men Cateringi tegevjuhi sõnul järjest rohkem ka selliseid lahendusi, kus kokad oleksid saalis ja valmis midagi huvitavat külaliste silme all tegema. “Sellistel juhtudel oleme kasutanud peale Carmen Cateringi peakoka Stepan Jartsi ka Carmen Gruppi kuuluvate restoranide (Ribe, Platz, Cru) peakokkade abi,” ütles ta. Näiteks on nad teinud nn desseri-show’d, kus keset Saku Suurhalli saali oli laual puhas klaaspind, millel kokad valmistasid kohapeal erinevaid magustoite – minikoogikesi, granita’t, milleks kasutati vedelat lämmastikku, šokolaadi- ja marjavahtu ning veel mitmeid erinevaid magustoite.

Event Cateringi tegevjuht Kert Veski tõi näitena ürituse, kus nende kokad valmistasid ühel juubelipeol õhtu jooksul 17 erinevat käiku. “Pidu toimus vabas õhus ja kõik road valmisid külaliste silme all,” ütles ta. “Ehk siis terve õhtu jooksul oli külalistel võimalik läbi astuda toitlustusalalt ja haarata sealt endale meelepärane värskest valmistatud suupiste,” lisas Veski.

Ä Kommenteer Arvesta kõigi toidueelistusega

RELIKA TIIK-KOPPA,
Carmen Cateringi tegevjuht

Ma usun, et tänapäeval arvestavad juba kõik toitlustuskohad taimetoitlaste menüüvaliikuga. Hea on siiski, kui klient juba ise tellides mainib ära, et külaliste seas on tavapärastest rohkem taimetoitlasi. Siis saab catering’i müügikonsultant menüüd koostades sellega arvestada.

Kui on teada, et külaliste seas on keegi, kes on allergiline mõnele toorainele, siis tuleb see samuti ära mainida. Siis saab jällegi valida just selliseid tooteid, mis sobiksid kõigile.

Menüü hind koosneb sellest, millise suunitlusega on pidu – kas suupistevastuvõtt, buffet-lauaga pidu või portsjonina lauda serveeritav mitmekäiguline pidulik galaõhtusöök. Sealt edasi sõltub hind toorainevalikust. Ning lõpuks veel ka sellest, kui pikalt pidu on planeeritud. Sellele kõigele vastavalt kalkuleeritakse ka toidu kogused.

Meie ettevõtte koostab kaks korda aastas uued menüüd ehk kui märtsis küsida pakkumist suviseks peoks, võib kindel olla, et värsked menüüpakettid on juba käiku antud.



Ä Tasub teada Planeeri varakult

MÕTLE läbi sündmuse formaat (ettevõtte juubel, konverents, välispartneri võõrustamine, sarikapidu vms), eesmärk, koht, kestus, kava, inimeste arv ja inventari vajadus enne, kui *catering*-teenust tellima hakkad.

UURI firma tausta. Kui kaua on turul tegutsenud, kui usaldusväärne ettevõtte on, milliseid sündmusi on varasemalt toidlustanud, kas toidud valmistatakse oma köögis või tellitakse allhanke korras, kust on pärit tooraine, kas on olemas piisav kogus inventari, kui pika kogemusega on teenindajad jm.

VÕIMALUSEL küsi soovitusi teiste firmade, tuttavate käest.

ANNA on soovist teada firma võimalikult varakult. Suurte, enam kui 200 külalisega sündmuste puhul 6-12 kuud varem. Väiksemate firmapidude puhul piisab paarinädalast etteteatamisest.

ENNE otsuse tegemist palu firmal teha vajadusel proovimenüü, mida testida saaks (võib olla tasuline).

MENÜÜ tellimisel arvesta peo kestuse ja iseloomuga, et kalkuleerida piisav toidukogus. Kogenud spetsialist *catering*-firmast saab selle juures abiks olla.

ARVESTA, et seltskonnas võib olla taimetoitlaseid või teistest rahvustest ja kultuuri-taustaga inimesi (nt moslemid ei söö sealihaga).

ARVESTA kliima eripära. Ära paku suvises menüüs kiiresti riknevaid või sulavaid toite.

JÄLGI, et *buffet*-laud saaks ruumi piisavalt ja toidukogused jagataks laudade vahel laiali võrdselt, et vältida ürituse ajal pikki järjekordi.

UURI, kas *catering*-firma märgistab toidud laual siltidega või üldise menüükaardiga. Kui mitte, siis palu seda. Vajadusel ka võõrkeeltes.

ARVESTA, et mõne ürituse korraldamisel võib olla välja valitud asukohta haldaval ettevõttel juba konkreetse *catering*-firmaga leping.

ARVESTA, et lisaks menüüs pakutavale kujundab *catering*-teenuse hinda veel jookide valik, kelnereite ja nende töötundide arv, transpordikulu, inventar – kas on lisaks vaja laudu, toole, telke, lilleseadeid, lava jne.

Ä Kommentaar Restoranid abiks toitlustamisel

KEN MATSALU,
X3M Marketingi tegevjuht

Viie tegutsemisaasta jook-sul oleme kasutanud ca 30 toitlustajat. Oleme korraldanud nii kolmekümnele inimesele ekstreemseid koolitusi kui ka Eesti suurima laua teenindamisega ümarlauagala õhtusöögi 1800 inimesele. Partneri valikul on meil kolm peamist kriteeriumi. Esiteks, *catering*-ettevõtte projektijuhtimise oskus, teiseks, peakoka loovus ja kolmandaks teenindajate kvaliteet.

Väiksemahuliste projektide puhul, kuni 50 inimest, on

partneri valik lai, kuni 10 ettevõtet. Sealt edasi, kui mahud ning nõudmised teenuse kvaliteedile tõusevad, see number langeb. Partneri valikut mõjutavad erinevad tegurid: lõppkliendi soov, ürituse formaat, asukoht ning ürituse eelarve. Kindlasti on oluliseks kriteeriumiks ka toitluste tähtsuse osakaal ürituse sisust.

Väiksema rahvaarvu puhul on võimalik kasutada ka restorane, kuid nende enda ruumidest väljapoole teenindamise kvaliteet võib jääda inventari või logistilise kogemuse puudumisel poolikuks.



Kuna toitlustus on ürituse ahelas üks vähesi osi, mis on inimese jaoks eluliselt vajalik, mitte lisaluksus, siis see ei tohiks olla kokkuhoiu koht ei mahult ega kvaliteedilt.

üritusturundusfirma X3M Marketing tegevjuht Ken Matsalu



Usin-TR

Usin-TR OÜ pakub Teile erinevaid SALATEID, TOORSALATEID, SUUPISTEID, VALMISTOITU ja suurepäraseid valikut PAGARI- ja KONDIITRITOOTEID.

Usin teeb Sulle peolaua nagu kodus.

20 aastat köögis ja ei mingeid säilitusaineid.

Proovi soolast ja magusat!

Telli tooteid meie e-poest: www.usin.ee või külasta meie kauplust Keilas Tehase 1.

Kui vajate **ruume sünnipäevaks, pulma, peiede** või **firmaürituste** korraldamiseks, siis olete teretulnud Usinate juurde! Peokorraldus toimub etteteatamisel ja vabade ruumide olemasolul! Peosaali broeerimine koos toitlustamisega: **Tel: +372 524 9426 / +372 523 4506**

Address: Tehase 1, Keila, 76605 Harjumaa
Tellimine: +372 678 0234 / +372 514 0120
Tellimuste vastuvõtt 2 päev ette

Kauplus-kohvik Keilas:

Kauplus on avatud:

E-R 10.00-18.30 ja L 10.00-17.30

Kohvik on avatud:

E-R 10.00-15.00 ja L-P Suletud!

Enne suve algust avame kaupluse Tallinnas aadressil **Õismäe tee 115a**, mis annab klientidele võimaluse meie tooteid osta, tellida ja kätte saada Tallinnast.

Meeldivat nautimist!

www.usin.ee

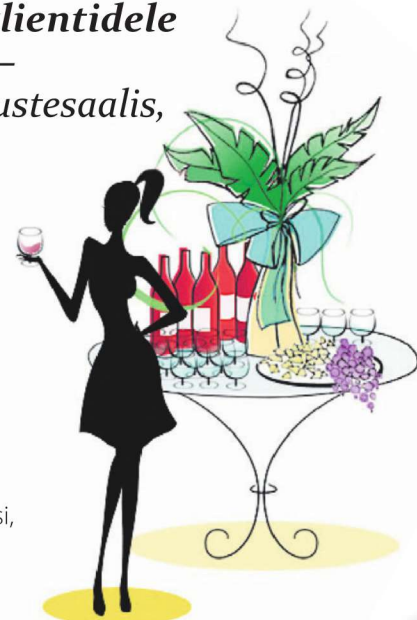
Pauline Catering



- **Katame laua,**
- **teenindame-toitlustame,**
- **korraldame peo või vastuvõtu klientidele sobivas paigas –**
tööl, kodus, näitustesaa-
lis, konverentsil,
banketisaalis,
vabas looduses.

Paulinele omaselt ja südamest.

Pauline Catering OÜ,
Käär metsa tee 8, 74008 Viimsi,
tel 504 6284, info@pauline.ee
www.pauline.ee





Kuidas juubel ettevõtte kasuks tööle panna? Võimalus silma paista

KAROLIINA VASLI
kaasautor



Firma juubelit saab kasutada edukalt ettevõtte turundamiseks. Kui üldiselt korraldatakse sünnipäevapidu ning mõni kampaania, siis reisibüroo Estravel ja tema koostööpartnerid läksid isegi nii kaugele, et organiseerisid Eestisse suure reisilennuki.

Estraveli asutamisest täitus mullu veerand sajandit. "Juubeliaastat kasutasime kommunikatsioonis terve aasta jooksul, kuna 25 aastat on Eesti ettevõtlusajaloo kontekstis oluline verstapost. Rõhustime kommunikatsioonis oma pikale kogemusele ja usaldusväärsusele reisisajade ajamisel," rääkis Estraveli turundus- ja kommunikatsioonidirektor Janika Ritson.

Juubel - pilt minevikku ja tulevikku. Eraklientidele tegi firma mitu sooduskampaaniat ning spetsiaalsed juubelipakkumised olid ka äriklientidele. Samuti korraldati juubelikonverents, kus räägiti lennunduse ja turismi tulevikust. "See toimus meie valdkonna jaoks strateegiliselt olulises kohas - lennujaamas, ning jätkus lennuki pardal. Koostöös partnerite Finnairi ja Aurinkoga toime Tallinnasse ühe suurimast reisilennukitest, mis eelmi-

se aasta jooksul Eestit külastas - Finnairi Airbus A340," selgitas Ritson.

Mullu 13. detsembril tähistas juubelit ka Põltsamaa Felix - firma sai 20aastaseks. Turundusdirektor Marek Viiloli sõnul peeti sel puhul meeleolukas pidu töötajaskonnaga. Ettevõtte endistele ja praegustele juhtidele ning pikaajalistele klientidele korraldati samuti tänuüritus koos 10. korda toimunud Felix Cupi golfivõistlusega. Juubelisõnumi edastamiseks kasutati ka oma suurimat toodet, Felixi Tomatiketšupit, mille etiketil ja tarbijamängus rõhutati 20 aasta möödumist ettevõtte loomisest. Toimunu oli siiski vaid soojendus 2015. aastale, mil tähistatakse 95. aastapäeva (Felixi eelkäia asutati 1920. aastal).

Lipuvabrikul täitus 25 aastat asutamisest selle aasta alguses. Turundusjuht Karina Tõeleid ütles, et sellega seotud mitmed kampaaniad on alles tulemas. Sünnipäevapidu peeti aga ühes koostööpartneritega juba vabrikus kohapeal ära. "Näitasime oma niinimetatud köögipoolt - kus ja kuidas valmib toodang, mida teeme ja müüme. Võib öelda, et oli meeleolukas ja kandis igati vilja," sõnas ta.

Värvikad olid ka mullu Baltika ja ASi Flora tähtpäevad. Esimene neist tähistas eelmisel suvel 85. sünnipäev. Rõivatootja Baltika kommunikatsioonijuhi Tiina Urmi sõnul on neil traditsiooniks kaks korda aastas, kevadsuvisel ja sügiskuu alguses, võtta hetkeks aeg maha ja saada kokku oma olulisemate koostööpartnerite ja klientidega, et veidi pidulikumas õhkkonnas koos tutvuda alga-



12%

kasvatas Estravel eelmisel aastal toimunud ettevõtte 25. juubeliaastal oma käivet tänu erinevatele kampaaniatele ja juubeliüritustele.

va hooaja kollektsoonidega. "85. tegevusaasta andis põhjuse ja võimaluse teha seda tavapärasest säravamal ja suuremal moel," selgitas ta.

14. augusti õhtul muudeti Lutheri kvartali parkimismaja moemekaks, kus kolme tunni vältel näidati Baltika minevikku, olevikku ja tulevikku. Vaadata sai arhiivikaadreid moeetevõtte sünni- ja arenguloost, laval olid aga uusimad hooajakollektsioonid Baltika brändidelt.

Põhjus imagooloogiliseks uuenduskuuriks. 125 aasta juubelit tähistab tänava ka AS Flora, mille sünnidaatum on 5. juuli 1889. Traditsiooniliselt on ettevõtte tegeleenud kodu- ja tarbekeemiaga, kuid üle 20 aasta ollakse tegevad ka kinnisvaravaldkonnas. Suure juubeli puhul toimub töötajatele, äripartneritele vastuvõtt, kavas on kampaaniad ja telemees Mati Talvik pühendab neile ka ühe osa oma saatesarjas "Ajavaod".

Juubelipidustused on võimalus imagooloogilis-

BALTICA 85. sünnipäeva puhuks muutus Lutheri kvartali parkimismaja mullu üheks õhtuks moemekaks – näha sai piltidel ettevõtte sünniaega ja uue kollektiooni näol ka täna päeva.

FOTO: BALTICA

Baltika: positiivne tagasiside olulisim

Kui suuri kampaaniaid ei korraldata, võib rahaliselt olla juubeliürituste tasuvust mõõta keeruline. Küll aga aitab tähtpäev firmale taas tähelepanu tõmmata.

Elmisel aastal moeõhtuga oma 85. aasta juubelit tähistanud Baltika Grupi kommunikatsioonijuhi Tiina Urmi sõnul saadi ürituse kohta palju positiivset tagasisidet – see oli ka kõige olulisemaks tasuks. “Rahaliselt on sellise ürituse tasuvust ras-

ke mõõta – pileteid me moeõhtule ei müünud, küll aga aitas kaasnenud meedia tähelepanu, video ja pildimaterjal kindlasti laiema publiku ette tuua meie uue hooaja kollektsioonid ning anda seeläbi impulsi ka uue hooaja vaimus tehtavateks garderoobiuuendusteks.”

AS Flora loodab oma tegemistega jõuda tänavu aga enam noorema tarbijaskonna teadvusse, kes ehk ei teagi, kust on legendaarne pesupulber BioEst pärit.

Ä Kommentaar Iga üritus vajab n-ö kriisijuhti

TIINA URM
Baltika Grupi kommunikatsioonijuht

Ürituse korraldajana tuleb ennast panna eeskätt külalise rolli – aeg on täna kallis ressurss ning kui kutsume oma kliente, töötajaid või koostööpartnereid meile mitmeks tunniks oma aega pühendama, siis peab see olema seltskonna vääriline.

Kõik praktilised küsimused, mis võivad tekkida, kõik ohukohad, mis võivad ürituse eel ja kestel külalise head äraolemist mõjutada, tuleks kohe alguses läbi mõelda.

Oluline on pöörata tähelepanu detailidele ning püüda kõiki külalisi positiivselt üllatada. Otsa lõppenud tualettpaber või garderoobist kadunud mantel ei kuulu kindlasti nende hulka.

Positiivset emotsiooni võimaldab ka see, kui jagad peol talletatud pilte ning muusikat või leiad kohapeal mõne muu loova tee kohalolnute rõõmu jäädvustada.

Alati arvesta sellega, et ükskõik, kui palju ja korralikku eeltööd teed, siis midagi ootamatut juhtub ka kõige paremi-

ni korraldatud peol. Hea korraldaja püüab kaardistada kõik võimalikud ootamatused ning nendeks valmis olla, siis suudab ka vajadusel kohe tegutseda.

Määra korraldusmeeskonda üks kriisijuht, kes saab aidata selliseid ootamatusi lahendada ega ole koormatud plaanipärase ülesannetega.

Kuid mis iganes juhtub – ole heatujuline ning püüa lihtsalt anda endast parim, et olukord lahendada. Sel juhul ei pruugi külalised tähelegi panna, et midagi viltu läks.

Ä Taust Sünnipäevakampaaniad on ajast ja arust?

JUUBELI puhul tasub teha midagi, mis kannab edasi ettevõtte tegemisi ja väärtusi ning näitab, et ettevõttes on asjad korras.

ÄRA korraldada juubeliüritust ürituse enda pärast. Kui seda kord 10 aasta jooksul teha, siis korraldada ja läbi mõeldult. Kui ettevõtte omanik/juht ei taha ennast ürituse korraldamisse kaasata, siis tegelikkuses tuleks seda teha, sest tema on n-ö ettevõtte nägu.

MÕTLE hästi läbi, mida ettevõtte klientidele/töötajatele soovid pakkuda ja millisena ennast sellel üritusel näidata.

KUI ettevõtte tooted ja teenused on suunatud lõpptarbijale, siis mõtle läbi, mis lõpptarbijale mõjub. Kummaline on vaadata ja kuulda, kui ettevõtte korraldavad oma sünnipäeva puhul kampaaniaid. See aeg sai mõni aeg tagasi läbi, aga ometigi üritatakse sünnipäeva najal müüki teha. Selle asemel võiks veidi nutikama kampaania planeerida või oma digikanaali tööle panna ja selle arvel meediakulutusi vähendada.

KÜMNENDI möödumisel on alati lihtsam ka enda imago muuta kui niisama. Alati saab tuua oma logo juurde märgi: 10 aastat, 20 aastat jne.

VAJADUSEL kaasa juubelisündmuste või -aasta ettevalmistamisse professionaalid, kes oskavad nõu ja jõuga aidata.

ALLIKAS: MARGO KÜTT,
REKLAAMIAGENTSUURI IMAGINE
STRATEEGIAJUHT

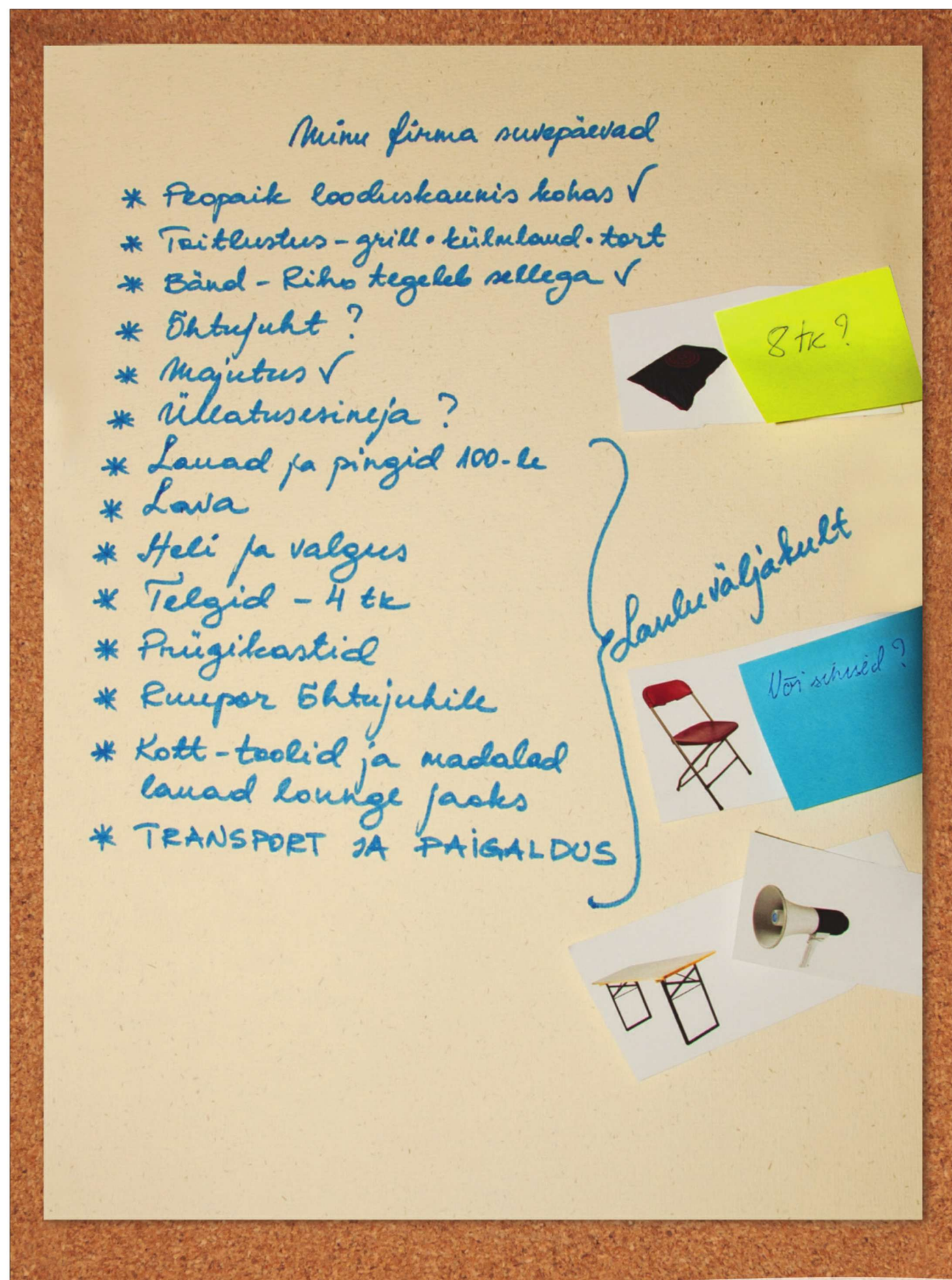
MULLU oma 25. sünnipäeva tähistanud Estravel korraldas ühe juubeliaasta ürituse, juubelikonverentsi lennuki Finnair Airbus A340 pardal.

FOTO: ANDRES
HAABU / POSTI-
MEES/SCANPIX

te muudatuste tegemiseks. Näiteks Lipuvabrik tähistab ümmargust tähtpäeva värskendatud visuaali ja logoga.

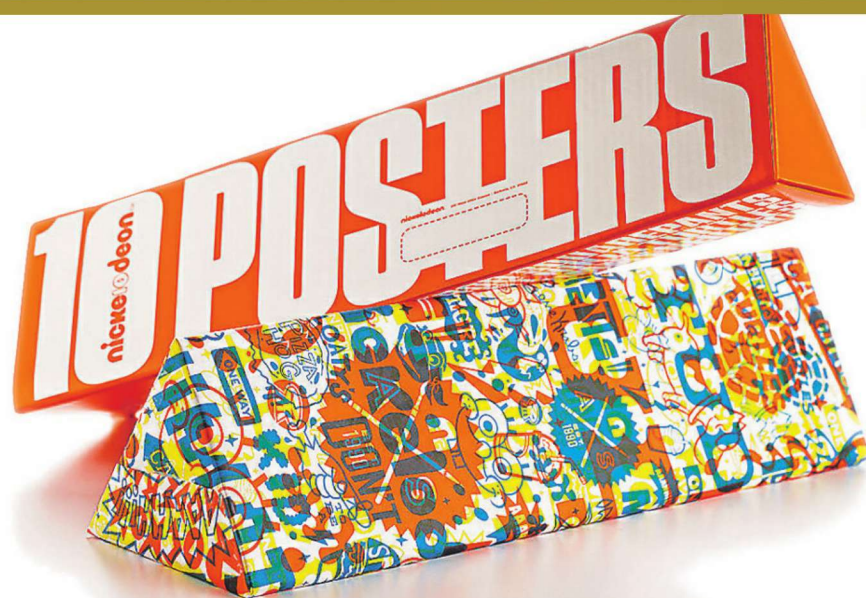
“Uus logo on tasapisi juba käibel, aprillikuu jooksul tahame täielikult uuele identiteedile üle minna,” ütles ettevõtte turundusjuht Karina Tõeleid. Janika Ritson Estravelist sõnas, et ka nemad töötasid välja juubeliaasta identiteedi ning kõik aasta reklaamitegevused kandsid 25. sünnipäeva sõnumeid ja sümbolikat.

Kokkuvõttes osutus aasta Estraveli jaoks edukaks. “Võrreldes aasta varasemaga kasvatasime müügiikäivet pea 12 protsendi võrra. Meie käive on sama suur nagu kuuel järgmisel konkurendil kokku,” märkis Ritson. “Ainuüksi juubelikonverents tõi kaasa 44 tasuta meediakajastust, sealhulgas jõudsime kõikide suuremate telekanalite õhustesse uudistesse. Estraveli juubeliaasta sõnumit nägid ürituse kajastuste kaudu hinnanguliselt 752 000 kontakti.”



loe lähemalt: www.lauluväljak.ee





AMEERIKA disainibüroo Struck disainitud ümbris mängu tootva firma Nickelodeon postritele, kus peal erinevate mängude kangelased. FOTO: STRUCK



LONDONIS tegutseva graafilise disaineri Anja Jane'i origami-stiilis kutsed. FOTO: ANJA JANE

EESTI disainibüroo Brand Manual jõulukingitus – arvutiklaviatuuri puhastushari firma disainitud karbis. FOTO: BRAND MANUAL



Idee tagant peab paistma firma. Disain tuleb appi

Firma sümboolikaga materjalide tootmine ei peaks lähtuma esmajärjekorras sellest, et oleks lahe ja uudne, vaid sellest, millist sõnumit see peaks edasi andma.

Firmale või selle üritusele trükiseid tellides tuleks mõelda märksõnadele põnev ja huvi-

tav kõige viimases järjekorras, soovib disainibüroo Brand Manual üks asutajaid Dan Mikkin. "Oluline on aru saada, mis on firma identiteet – mille eest seistakse, mida tahetakse öelda ja maailmas muuta," sõnas Mikkin. Sellest lähtudes loodud lahendused jäävad meelde.



FIRMA on oma töötajate ja teda illustreerivate materjalide nägu. Ameerika disainibüroo Struck loodud visiitkaardid firmale Lush jäävad meelde ja aitavad firma sõnumit laiali külvata. FOTO: STRUCK



FIFAA: reklaamkingitustes hinnatakse enim originaalsust

FIFAA
FIRMARÕIVAD JA REKLAAMKINGITUSED
www.fifaa.ee

Klientidele korraldatud sündmuse juurde käib ikka lisaks mõnusale peole väike kingitav meene, mis jääks võõrustajat ja pidu kauaks meenutama. Et kingitus oleks püsiv ja unikaalne, tasub tuge otsida kogunud ettevõttelt ja tooteid tundvalt kliendihaldurilt, annab üle 20 aastat firmarõivaste ja reklaamkingitustega tegelenud **ASi Fifaa tegevjuht Karel Loide** nõu.



Võtke julgesti ühendust – aitame välja mõelda ideid, kuidas pidada meeles kõiki olulisi inimesi!

"Tähtis on, et koostöös spetsialistiga valitakse oma külalistele ja partneritele just sobivad kingitused, mis kannaks endas kas sõnumit, firma väärtusi ning oleksid lihtsalt sõbralik meeldetuletus või tänu koos tehtud ärist. Erilised inimesed väärivad erilist tänu," ütleb Loide, lisades, et reklaamkingituste puhul on väga oluline nende tarnekindlus ning kvaliteet.

Reklaamkingituse valimisel soovivad kliendid esimese tingimusena midagi uut ja originaalset, kuigi vahel saab kahjuks eriti lennukate ideede piiranguks eelarve. Fifaa projektijuhtide ülesandeks on klientide soovitud tooted oma tootekataloogist või otse tarnijatelt

leida. Tihti juhtub ka seda, et vajalik idee realiseeritakse eritellimusena oma partnerfirmade juures, kes asuvad üle maailma. Kindlasti pole soovitatav firmadel kataloogidest või internetist kiirustada omal käel tellima, sest tihti ei pruugi kink reaalsuses olla sama esinduslik kui fotol või halvemal juhul ei pruugi funktsioneerida soovitud. Fifaa aitab seda riski oma klientide jaoks maandada suurima väljapaneku ning näidistesaaliga, kus toodetega on võimalik kohapeal tutvuda.

"Meie tugevuseks on pikaajaline kogemus ning kontaktide võrgustik, ent ka see, et kliendi soovide täitmiseks tuleb kogu vajalik ressurss ühest kohast – alates koostöös kliendiga

kontseptsiooni väljatöötamisest, toote hankimisest kuni kujunduse ja trüki või tikkimiseni," selgitab Loide.

Enamik firma- ja reklaamtooted dekoreeritakse logode, piltide, kirjade ja muude sõnumitega. Sõnumi kandmine ongi turundusarist kasutatavate toodete üks eesmärki. Tooted dekoreeritakse erinevates tehnoloogiates, nagu siiditrükk, presstrükk, tampotrükk või masintikkimine. Fifaalt on pärit muide enamik spordiklubide ja rahvuskondide fännitoodeteid ja suveniire ning spordiklubide rõivad alates mütsidest ja särkidest kuni pallide, saunalinade ja jopedeni. Viimastel aastatel on lisandunud ka eksklusiivsete toodete osakaal,



mida kingitakse erilistele klientidele või olulistele sündmuste puhul. Sellisel juhul pole puudub tootel logo või turundussõnum sootuks või on see väga konservatiivselt paigutatud.

Fifaa on juhtiv firmarõivaste ja reklaamkingituste hulgituure, mis tegutseb Eestis, Lätis ja Leedus. Fifaa tegeleb ka spordi- ja vabaajakaupa-



de maaletoomisega, olles Skechersi, Spaldingu ja And1 esindajad kogu Baltikumis. Lisaks kuulub ettevõttele kaks jaekauplust ketti – T-Shirt Store ja Skechers.

Fifaa AS
Pärnu mnt 142a
tel 650 4870
fifaa@fifaa.ee
www.fifaa.ee

jama kui pilti pole!

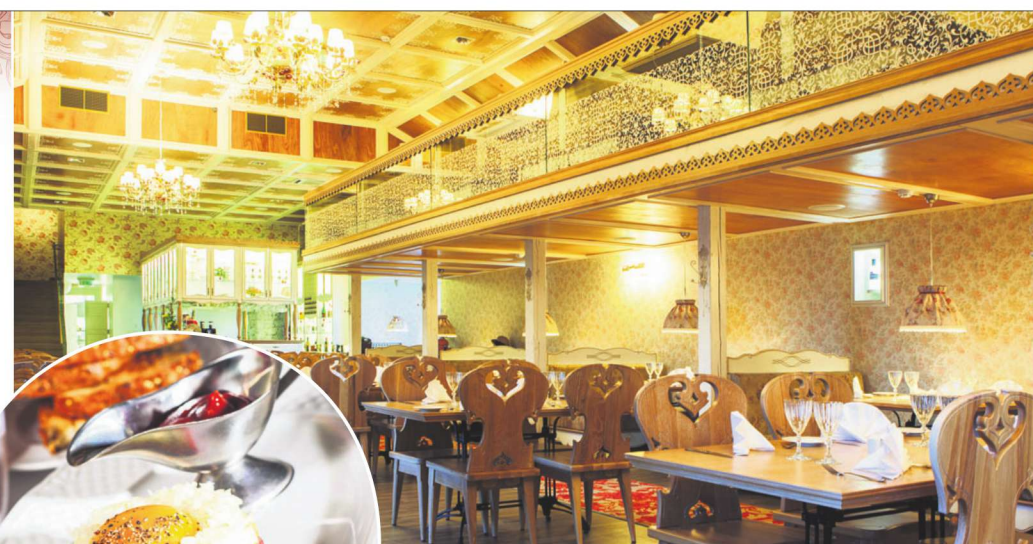
sündmuste ja koolituste jäädvustamine | promovideod | arovideo/aerofoto | väljasõitude fotograafi-teenus | disain
purkstudio.ee | toom@purkstudio.ee | 510 2678



Juba pool aastat tagasi on omale **D-terminali** lähedusse
paiga leidnud **avar ja valguskiüllane Vene restoran**

Masha.

*Masha on romantiliselt koduse ja luksusliku interjööri restoran, kus iga
pisemgi detail on läbi mõeldud. Kabele puitpitsidega ääristatud korrusele
mahub kokku 200 inimest, suvekuudel täitub ka väliterrass laudadega.
Reede ja laupäeva õhtuti esinevad restoranis Masha vene rahvatantsijad.*



Lootsi 14 (D-terminal),
tel 600 3633
www.restoranmasha.ee



Kas te teate Tallinnas restorani, kus külalistele meelelahutuseks korraldatakse **balletietendusi**? See on Masha. Siin avaneb müstiline vene hing. Masha pakub Tallinna Vene restoranidest kõige rohkem positiivseid emotsioone.

Aga restoranis on ikkagi söök esmatähtis ja lauale jõuab **Vene köögi klassika**: suurepäraseid kodused soolakurgid ja marineeritud seened; maitsekiüllane borš pampuškaga; käsitsivalmistatud pelmeenid ahjus üleküpsetatult ja tainast kaane all; pliinid punase kalamarja, hapukoore ja sibulaga; armastatud strooganov kukeseentega; mahalakas maitsevõiga täidetud Kiievi kotlet; meelde jäävad vanaema kohupiimapannkoogid.

Head toidud pole ilmast ega Mashast kuhugi kadunud. Selles restoranis on elegantselt kokku sulatatud kaks Vene köögi poolust: iidset talupojakultuurist kantud oskused ja bojaarlik luksus. Paljud road jõuavad lauale hõõguvates malmnõudes, viin valatakse pitsidesse kõrgelt-osavalt, teenindajanna segab asjatundlikult ja kliendi soovide järgi laua juures valmis *bauf à la tartar*'i või süütab tulejoa, kui on flambeeritud puuviljade kord.

Kastmed paitavad siidiselt keelt, liha võlub paraja küpsusastmega, kalad mõnulevad kooseses rüüs, küüslauk õhkab tervist, maitseroheline, eriti petersell, aga ka koriander, on koka sõber.

Masha paneb mõistma, mida tähendab tõeline vene külalislahkus!



Kontserdi- korraldaja: meie äris on iga e-kiri leping. Kuidas artist firmaüritusele tuua

KAROLIINA VASLI
kaasautor



Kontserdikorraldaja BDG soovib firmadel ürituste korraldamisel kahe jalaga maa peale jääda. Elton Johni ja George Michaeli kutsumine firmaüritusele on hinnaklassi arvestades pigem utoopiline.

Baltimaade suurima kontserdikorraldaja BDG peapromootori Eva Palmi sõnul taandub selles äris kõik headele suhetele ning rahalistele võimalustele. "Pole päris nii, et mõtleme välja, mis artisti tahame. Kui artistil on plaan minna tuurile, siis teavitab tema mäenedžer sellest artisti agenti, kes omakorda võtab ühendust kohapealsete promootoriga," rääkis ta. Seejärel kaalub kontserdikorraldaja võimalikke kulusid ja tulusid, ning teeb artistile oma pakkumise. Palmi kinnitusel on tavaline, et pakkumise esitamise järel võib ooteaeg venida paarist kuust isegi mitme aastani.

Üritus tasub kindlustada. Kontserdiäris liiguvad väga suured summad, kuid tulla tavaliselt ei tähenda see kohe ranget paberimajandust. "Iga e-mail on niinimetatud leping. Näiteks teed pakkumise, siis aga hakkad mõtlema, et nüüd läks küll midagi valesi. Võid siis tõesti agendile ära öelda, aga ükski korralik promootor seda ei tee – siis on suhted rikutud ja sa pole enam usaldusväärne," selgitas Palm. Kui agent omakorda e-kirja teel teatab, et pakkumisega ollakse nõus, võib juba ametlikult esinemisest avalikust teavitada ning pileteid müüma asuda. Ühel hetkel tulevad ametlikud lepingud.

Mis kulud ühaks esinemistasule katta tuleb, sõltub artistist. Mõned hoolitsevad ise nii transpor-

Mis on mis Arvesta kuludega

1. ALUSTA eeltööga võimalikult varakult. Pane paika ürituse eesmärk, kava ja eelarve, et vastavalt sellele leida üritusele sobivad esinejad.

2. TEE korralik taustatöö. Uuri eelnevalt võimalike esinejate eelmisi esinemise ja kaalu, kas mõni neist sobiks üritusele esinema.

3. VÄLISKÜLALIST kutsudes võta temaga ühendust vähemalt aasta või pool aastat varem. Paljudel artistidel, spetsialistidel graafik on väga tihe. Varakult valmistudes on suurem tõenäosus soovitud esineja oma üritusele esinema saada.

4. ARVESTA erinevate väljaminekutega – esinemistasu, sõidu- ja ööbimiskulu, toitlustus, samuti esinemiseelset või -järgsed kulud – linnaekskursioonid, giiditasu jm.

5. SÕLMI esinejaga kindlasti leping.

di, majutuse kui ka tehnika eest, teised aga mitte. Küll aga organiseerib korraldaja lavatagused mugavused.

BDG kindlustab oma kontserdid tavaliselt Londonis tegutsevates kindlustusfirmades. Kui artist mõjuval põhjusel kontserdist loobub, saab BDG tehtud kulude eest raha tagasi. Näiteks koomik Russell Brand tühistas oma esinemised mõjuvatel perekondlikel põhjustel.

Firmadel utoopilised soovid. Kui mõni firma tahab enda üritusele välisartisti kutsuda, on Palmi sõnul seda mõistlik teha suurema kontserdikorraldaja vahendusel. Juhuslik agendile saadetud päring võib jääda vastuseta.

"Neile tuleb igasugu e-maile, nad ei vaeu vastama. Ja kui ka peaks tehinguks minema, siis võidakse sinult kui teadmatult küsida rohkem kui asi väärt," lausus Palm. Tema kogemus on näidanud, et tihti peale ei adu firmad, mida tahavad. "Enne pidage ikka nõu ja tehke reaalne nimekiri oma soovidest. Kindlasti tuleks paika panna ka eelarve. Erakontsertide puhul tahab artist, et korvataks ka lennud, majutus, heli, valgus. Ja ärgem unustagem, et neil on kaasas taustajõud."

BDG poole on pöördutud sooviga saada eraüritusele esinema Elton John või George Michael, kuid pole arvestatud, mis see maksta võiks. Samas on BDG palju vastupidiseid kogemusi, kus klientidega koostöö on hästi sujunud. "Ka normaalse hinnaga on võimalik saada välismaiseid artiste, kes just tuult tiibadesse saamas. Neid võib näiteks kombineerida mõne Eesti artistiga, kes hiljem külalistele tantsumuusikat pakub. Iga asi ei pea maksma sadu tuhandeid eurosid, saab ka mõistliku hinnaga," rõhutas ta. Oluline on seejuures aga alustada tööd võimalikult varakult. Firmad peaksid Palmi sõnul välisartisti üritusele kutsudes alustama plaanide tegemist ja ürituse korraldamist vähemalt pool aastat varem.



FESTIVAL
Head Read kutsus mul-
lu Eestisse
esinema
tšehhi juur-
tega briti
näitekirja-
niku Tom
Stoppardi,
kes vestles
Kirjanike
Majas pre-
sident Too-
mas Hendrik
Ilvesega.

FOTO: TOOMAS
HUUK / POSTI-
MEES/SCANPIX

Konverentsikorraldaja kulude nimistu on pikk

Välisartisti seminarile, konverentsile kutsudes on oluline enne läbi mõelda eelarve - erinevaid kulusid kaasneb sellega üksjagu.

Pärnu Konverentside projekti juhi Eneli Kaarna sõnul hakatakse välisesinejate puhul eeltööga pihta umbes aasta enne konverentsi, sest paljudel välisesinejatel on graafik pikalt ette broneeritud.

Taustatöö tagab edu. "Oluline on taustatöö - võiks kuulata ning vaadata esineja eelmiseid esinemisi, et näha, kas selline

inimene antud üritusele sobib. Kasuks tuleb ka, kui keegi on esinejat varem esinemas näinud ja oskab selle põhjal soovitada," andis ta teistelegi nõu.

Konverentside korraldamise-
ga tegeleb ka Tallinna Tehnika-
ülikool. Sealse ärikorralduse ins-
tituudi esindaja Marianne Kal-
laste sõnul on neil oma valdkon-
nas head kontaktid ning peami-
selt leitakse esinejad võrgusti-
ke kaudu.

Kindlasti tuleb seejuures li-
saks õõbimiskuludele ja esine-
mistasule arvestada aga ka muu-
de väljaminekutega. "Kulu võib

olla ka ruumirent, toitlustus,
transport, seminari tehniliste
vahendite rent, kontoritarbed.
Lisaks võivad lisanduda veel ka
ürituse spetsiifikast tulenevad
kulud. Kui on seminari või kon-
verentsi väline aeg sisustatud,
siis ka need kulud (näiteks giid,
linnaekskursioon, muuseumi-
te või näituste külastused)," sõ-
nas Kallaste.

Oluline sõlmida leping. Kuidas
garanteerida, et esineja ühel het-
kel esinemisest ei loobuks? Kal-
laste rääkis, et akadeemiliste
konverentside korraldamisel ei

ole juhtunud, et esineja kerge-
käeliselt tulemata jätab.

"Ootamatute haigestumise-
te vastu muidugi ei saa. Reegli-
na sõlmitakse leping ja sellest
piisab."

Eneli Kaarna Pärnu Konve-
rentsist märkis, et neil on le-
pingus kirjas tühistamise tin-
gimused.

"Kui esineja on välismaala-
ne, hangivad Pärnu Konverent-
sid alati vastava riigi ja isiku
maksustamist puudutavad do-
kumendid, et ka esinemistasu-
de maksustamine oleks korrekt-
ne," lisas ta.

Ä Kommenteer

Sünkroontõlke jaoks on vaja kahte tõlki

ELA VOOD,
Eesti Tõlkide ja Tõlkijate Liidu juhatuse liige

Tõlkide liidu poole pöördutakse sageli konverentsidele, seminaridele tõlkide leidmiseks. Eestist saab tõlke kõige rohkem inglise keelega, kuid on olemas ka tõlgid saksa, prantsuse, vene, hispaania, itaalia, rootsi, soome keelega.

Nende keelte puhul saab kat-
ta sünkroontõlke vajadused,
kuid tuleb arvestada, et mõne
keelega on kogu Eestis väga vä-
he tõlke, mistõttu, kui aegsasti
ei telli, võib soovitatav kuupäev
juba kinni olla. Järeltõlke tegi-
jaid on veidi rohkem ja ka keel-
te valik pisut suurem.

Kui klient mingit üritust
korraldab, tuleb tal tellida
ruum. Kui on tegemist algaja-
te organisatsioonidega ja soovitak-
se sünkroontõlke üritust, siis
ei tohi unustada, et tuleb tel-
lida ka sünkroontõlke tehni-
ka, kas selleks spetsialiseeru-
nud firmadelt või konverentsi-
kohtadest. Näiteks mõnes ho-
tellis on oma tehnika ja kabii-
nid olemas, Rahvusraamatuko-
gus samuti.

Tellijaja peab teadma ka, et
sünkroontõlget tehakse kahe-
kesi. Tegelikult ka järeltõlget pi-
kemate ürituste korral. Nii et
kui tellija küsib lihtsalt, mis tõl-

gi hind on, tuleb tal eelarves-
se juurde lisada ka teise tõlgi
kulud.

Kindlasti on tõlkide jaoks
vähemalt kolm päeva enne üri-
tust vaja saata materjal tutvumiseks ja ettevalmistamiseks
(ettekanded, powerpoint'id, tee-
sid jms). Kui tellija lektorilt ma-
terjali pole saanud, tuleb se-
da tungivalt küsida. Mõnikord
kuuleme tellijatelt kumma-
list suhtumist, et kuidas me nii
tähtsalt isikult ettekannet või
tervituskõnet küsime, aga need
tähtsad isikud on ju samamoo-
di huvitatud, et nende sõnum
publikuni jõuaks.

Mis puutub hinda, siis siin ei
saa anda ühest vastust. Euroo-
pas kasutatakse üldiselt isegi
mõnetunnistel üritustel päeva-
hinda, meil on nii ja naa. Tege-
likult tuleb arvestada, et prak-
tiliselt on päev kinni ja mujal
tõlkida ei saa. Kuid muidugi on
võimalik ka tunniarvestusel
põhinev tasu. Ent isegi kui on
tegemist tunnise üritusega, on
praktikas siiski miinimumtelli-
museks kaks tundi.

Hind sõltub samuti temaa-
tikast, sest on teemasid, mi-
da paljud tõlgid väldivad, siis
on hind üldjuhul kõrgem, ku-
na praktiliselt puudub konku-
rents.

TELGID

TERRASSID

ESINEMISLAVAD

TRIBÜÜNID

ERILAHENDUSED

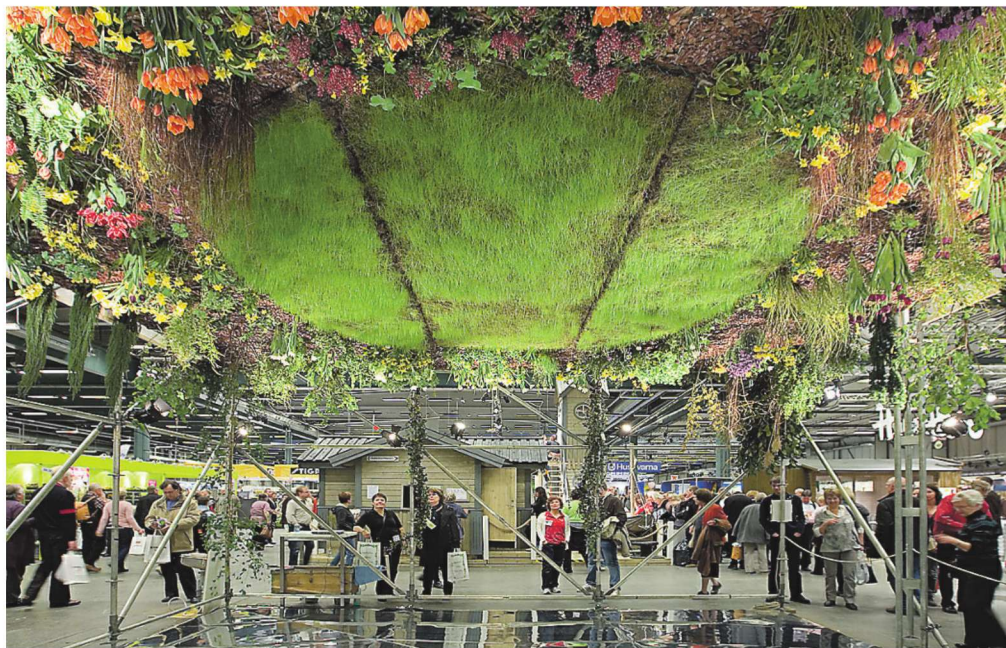
Peamised tegevusalad on **telkide, esinemislavade** ja **tribüünide rent, müük** ning **paigaldus**.

Lisaks pakume **õllelaudu** ja **pinke, valgustus- ja kütteseadmeid** telkidesse.

Alates **01.03.2014** pakub Telineki üritusteteenuseid **Kataja Event**.

Kataja Event | Saha-Loo tee 9, Maardu, 74114 Harjumaa | Tel 613 9714
Faks 613 9712 | info@katajaevent.ee | www.katajaevent.ee
Raido Mihkelson, müügijuht | Tel 510 0237 | raido.mihkelson@katajaevent.ee

Mess töötab, kui firma töötab



TURVALISTE lahendustega pilku ei püüa - rohelus Stockholmi aiandusmessi laes. FOTO: ARNO MIKKOR

Messil edukaks osalemiseks tuleks panna paika eesmärgid ja mõelda läbi ka messile järgnevad sammud.

INGA JAKOBSON
kaasautor



IT-valdkonnas tegutsev Net Group on tegevjuht Priit Kongo sõnul osalenud paljudel messidel. Tulemusrikkamad kui tavalised IT-messid on olnud firma jaoks kitsama teemakäsitlusega näiteks energeetikasektorile suunatud IT-lahenduste messid Soomes ja Saksamaal. Spetsiifilise suunitlusega messide otsimist ja neil osalemist soovib Kongo ka teistele.

Teiseks on oluline ennast väga hästi messiks et-

te valmistada. Valmis peaks olema mõeldu üks kuni kolm nn *key selling point*'i ehk müügiargumenti, mida tahetakse tutvustada, lausut ta. Samuti soovitas ta läbi harjutada 5–15minutilise müügijutu, millega klient endast huvituma panna.

Eeltööst sõltub osalemise edukus. Kolmandaks on Kongo sõnul oluline anda kliendile 1–2 päeva jooksul pärast messi tagasisidet. "Mida räägiti ja mida kokku lepitati. Reageerimiskiirus on oluline," rõhutas ta. "Harilikult tuleb varuda öhtune-öine aeg hotellitoas kontaktidele tagasiside kirjutamiseks," rääkis Kongo enda kogemusest.

OÜ Tekstiil Ruumis asutaja Monika Järgi sõnul on oluline mõelda enne messile minekut läbi ka



**Mozart Catering –
muusika Sinu kõhule!**



Korralda meeldejääd
sündmus, kasutades
Mozart Catering'i
teenuseid!

Võta meiega ühendust:
Tel: +372 5807 0680
info@mozartcatering.ee
www.mozartcatering.ee

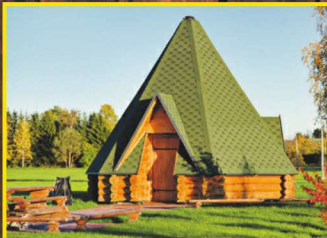
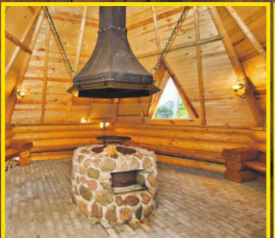
**Maitseelamused
iga ilmaga sõltumata
asukohast!**

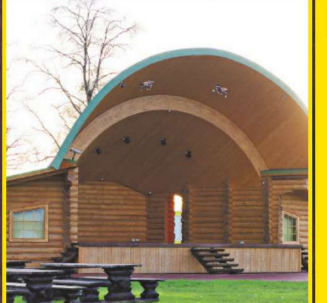


BBQ Catering

info@bbqcatering.ee
www.bbqcatering.ee

VANAMÕISA VABAÕHUKESKUS



**Kultuurisündmused
Pulmad
Sünnipäevad
Kontserdid
Teatrietendused
Ettevõtte suve-
ja talvepäevad**







WWW.VABAÕHUKESKUS.EE



MESSIBOKS selga ja rahva ette – aprillis Soome Kevadmessil suvemajade võimalusi tutvustanud ettevõtte nutikas lahendus. FOTO: MEELI KÜTTIM



erinevad aspektid, et edasine koostöö peale messi sujuvalt toimima hakkaks – hinnad, kogused, tarnetingimused jm. “Seetõttu on väikesel tegijal kindlasti mõistlik kriitiliselt hinnata oma võimekust ja vastavalt sellele teha valikud – millistele turgudele end suunata, millistele sihtgruppidele, millise toote või teenusega,” soovitas Järg.

Skano turundusjuht Lauri Treimann soovitas veel enne messil osalemist teha tavakliendi-na seal väikest taustatööd. “Oleme alati üritanud võimalikult täpselt sihtida, kuna messidel osalemisega kaasnevad suured kulud ning iga juhulik samm tundub raha ahju loopimisena,” põhjendas Treimann. Seega, et saada aru, kas konkreet-sel messil tasuks ise osaleda või mitte soovitas ta

250
eurot on keskmiselt
Eesti suurimatel mes-
sidel osalustasu.

samal messil enne tavakülastajana ära käia. “Alati, kui käin messidel, panen kirja asju, mis mulle meeldivad erinevate standide juures,” lausus Treimann ja lisas, et kui lõpuks varem kirja pandud muljetest kokku panna enda vajadustele kohandatud messiprojekt, siis ei tohiks väga vilets asi välja kukkuda.

Ka Järg soovitas enne osalemist messe ise külastada, et aru saada, kes on messi sihtgrupp, ning analüüsida, kas see on see, mida vaja.

Ole kliendile atraktiivne. “Eestlaste suur viga messidel, millest ka ise priid ei ole, on niisama messiboksis istumine ja arvutis oma asjadega tegelemine. Kui klient näeb eemalt, et boksis on mure-

liku näoga tüüp, keda huvitab arvutiekraanil toimuv, siis ta läheb mujale,” tõi Kongo välja suurima silma jäänud vea ja soovitas seda vältida.

Lisaks ei anna messil osaledes suurt efekti messi ajaks boksi tööle kutsutud teemakauged inimesed. “Messidel käies olen märganud, et messiboksi palgatakse promootoreid, kes ei tea tootest või teenusest midagi peale päheõpitud jutu ning sellega kahjuks kliendis huvi ja usaldust ei võida. Samuti tehakse tootekataloogide jmt kättesaamine raskendatuks, trükised on messil osalemise puhul üks väiksemaid kulusid ning nendega ei ole mõtet kokku hoida,” soovitas Treimann. Samuti tasub märgata pisiasju – seda, kuidas firmat esindavad inimesed välja näevad ja käituvad.

MULLU Helsingi Habitare sisustusmessil osaledes pani disainer Monika Järg rõhku oma toodete lihtsale pre-senteerimise-le. FOTO: MONIKA JÄRG

Väärakas väljakutse ja hingele pai

Me oleme noored. Üle kõige hindame me positiivseid emotsioone ja oleme võtnud enda eesmärgiks neid võimalikult palju ka sinule pakkuda. Oma töös anname endast alati maksimumi. Võtame töösse need sündmused, mille läbiviimisel oleme veendunud, et suudame pakkuda emotsioone ja kogemusi, mis kindlasti ei unune. Kõigil meie üritustel on eesmärgiks luua õhkkond, kus osalised avastavad uut, kogevad elamusi ja tunnevad rõõmu koosveedetud ajast. Pakume teile just selliseid tegevusi, mis võimaldaks üheskoos tegutsemisest rõõmu tunda ja üksteisele kaasa elada.

Elamuspank on täis tohutult võimalusi. Nopi neid ühe kaupa või võta terve korvitäis. Täpselt nii nagu sinule sobilik. Meie meeskond naudib sündmusi algusest lõpuni – planeerime sinu suvepäeva ning garanteerime teostumise viimaste minutiteni. Meiega koos laod kastidest torni ja tõused mööda seda kõrgustesse. Lisaks saad keerelda kiigega üle völli, vuhiseda lennates läbi õhu ning lasta end kaasa kiskuda

meeleolukast bamperepalliturniirist. Adrenaliinihoo rahustab Robin-Hoodi kombel märgilaskmine. Loomulikult leidub ka rahulikumat tegevust – võimalik on põristada trummitöötoas Aafrika rütme, süüvida idamaade meditsiini saladustesse, meisterdada midagi vaimukat (kas teate, et tavaline T-särk võib sündida uuesti käekotina?) ja palju muud.

Sündmuse järgselt tööella naastes on sinu ettevõtte sisekliima tugevam, organisatsiooni vaim ühtsem ja töös enam rõõmu!

Elamuspank – teie elamuste teejuht.


www.elamuspank.ee



Fotod:
Urmas Volmer



TOODETE, teenuste valikust on oluline välja valida kõige olulisemad, mida presenteerida. FOTO: ARNO MIKKOR



MESSIL tasub läbi viia erinevaid tegevusi, see jääb külalistele meelde. FOTO: RAUL MEE

Aeg on messil kõige kallim valuuta

Messid ei ole puhkuse-ega töölaagrid. Messiproff OÜ juhataja Reet Sinki sõnul, kel selja taga 18 aastat messide juhtimise kogemust, on messid tõenäoliselt aasta suurimad müügivõimalused.

“Messi põrandal on aeg kallis valuuta,” ütles ta ja soovitas detailid enne seda hoolikalt läbi mõelda. “Vähesed lavastajad prooviksid kõigepealt kujundada lava ja alles siis kirjutada näitemängu, mis sobiks lava-

ga,” mainis Sink. Sama kehtib ka messistendide kohta. Stendi kujundus vastama eesmärgile – läbi tuleks mõelda, kas tahetakse tutvustada brändi, toodangut või on esmatähtis saavutada näost näkku kontakte. Oluline on selgeks teha, mis on ettevõtte tähtsaim sõnum antud messi kontekstis.

“Messil eduka esinemise saladus on lihtne: messid töötavad, kui sina töötad. Pole mõtet raisata raha võimsa messisten-

di ehitamiseks, kui sinu töötajad on igavad või ebameeldivad – motiveeri oma töötajaid,” soovitas Sink. Ka ei tasu jääda ootama, et tooted enda eest kõneleksid. Nutika lahendusega saab igale tootele rohkem tähelepanu tõmmata.

Näiteks helisummutavaid aknaid müües ehitada neist vaikne tuba enda stendi. “Ruumi sees saad korraldada müügikohtumisi rahus ja vaikuses,” pakkus Sink välja ühe variandi.

Ä Vördlus

Messipinna rent Toidumessil kõige kallim

	Osavõtumaks	Messipind (stendita)	€/m ²	Stendi hind €/m ²
FOODFAIR	250		72	al 610 (6 m ²)
Sistussmess Interjäär	250		64-49	21-19
Instrutec	235		47-37	22-18
Aiandussmess	160		23	16-10
Ilumess	250		38-29	24-16

Ä Kommentaar

Olulisim oma toodet põhjalikult tunda

MONIKA JÄRG,
Tekstiil Ruumis OÜ asutaja, disainer

Ma ei saa tänasel päeval kindlasti öelda, et mu senine Habitare messil osalemine oleks metsikult edukas – see on olnud liialt lühike aeg. Messi-

del osalemine toob edu, kui seda planeerida pikemaajaliselt – turul peab tekkima sinu vastu usaldus. Küll aga olen ma leidnud koostööpartnereid ja saanud kindlust, et see, mida ma

seal näitan ja pakun, on õige ja õige koha peal. Seega kõige olulisem on olla ise oma tootes väga kindel, teada sellest maksimaalselt ja edastada seda selgelt ning kindlalt.

Ä Mis on mis

Pane paika eesmärgid

SÕNASTA enda jaoks messil osalemise eesmärk, pane paika sihtrühm(ad), keda kõnetada tahad, vali välja tooted, teenused, mida presenteerid, või tegevused, mida teed, ning vastavalt nendele rentimiseks messiboksi.

ARVESTA messiboksi valimisel igale stenditöötajale umbes 5 m² messipinda, samuti jäta ruumi klientidele liikumiseks.

JÄLGI, et valiksid boksi sinuga samasse tooteselementi kuuluvate firmade juurde. Vales messisihallis olemine vähendab võimalust, et klient sind üles leiab.

KUTSU külastajaid oma stendi juurde juba enne messi ja kasuta selleks kogu võimalikku meediat. Saada välja kutsed, messiesitlused, e-kirjad ja reklaamid. Ole nii nähtav, kui sa saad.

KUI SA TAHAD messil esitleda oma brändi, ei tohiks sõnum olla liiga paljude toodete poolt ära hämatud. Oma puhast ja korras messistendi, kus sinu bränd on esitletud läbi selge sõnumi.

KUI FOOKUSES on toodang, siis kasuta võimalust enda toodangut lasta külalistel puudutada, nuusutada, proovida jne. Ürita kaasata võimalikult palju erinevaid meeli.

KUINÄOST NÄKKU kohtumised on tähtsal kohal, siis kujunda enda stand nii, et oleks palju erinevaid kohtumiskohtasid. **SELGITA** välja iga külastaja soovid ja vajadused. Ära raiska aega mõttetule vestlusele, kui vestluspartner ei kuulu sinu huvigruppi.

TEE toote demonstratsioone või vii läbi muid tegevusi, tegevused sinu stendis jäävad inimestele meelde.

MESSIL esinemise tulemus on hästi mõõdetav, kui enne messi on seatud numbrilised eesmärgid. Näiteks saada kolm lepingut suurl klientidega, tutvustada toodet 500 külastajale jne.

ALLIKAS: REET SINK, MESSIPROFF OÜ

Ä Taust

Töö algab pärast messi

MESSID ei ole lihtsalt koht, kus saad enda firmat esitleda ja brošüüre jagada. Messid loovad äritehinguid. Kui sinu personal ei ole motiveeritud, on sinu võimalused saavutada head tulemust nullilähedased.

STENDIPERSONALIL on lihtne sassi ajada kahte tegevust: palju tööd messistendis ja efektiivsus. Näiteks kogu aeg inimestega suhelda, uurimata seejuures välja, kas nad on õige sihtgrupp või mitte, ei aita saavutada eesmärki.

MÕTTETU on jagada niisama mõõdukajatele flaiereid – küsi ise huvilise kontakte ja võta temaga pärast messi ühendust. On aeg lõpetada ka pastakate ja kommid jagamine.

KUNA MESSID on kallid, siis sõprade ja sugulastega messil lobisemine on kallis lõbu.

ÄRA LASE ühel töötajal üle 3 tundi järjest stendil olla. Planeeri ajalisel puhkepausid.

MESSIL OSALEMINE ei lõpe järele jäänud materjalide ja tootenäidiste kokku pakkimisega. Alga hoopis töö, millest sõltub 40% kogu messi tulemuslikkusest – võtta ühendust kõigiga, kellega oled messil ühendust võtta lubanud. Tee seda kindasti 1-2 nädala jooksul pärast messi. Planeeri n-ö järeltöö aeg juba enne messi.

ALLIKAS: REET SINK, MESSIPROFF OÜ



LAINELA PUHKEKÜLA

Neeme tee 70, Käsmu, Vihula vald, tel 508 9110, 323 8133
lainela.puhkekyla@gmail.com, www.lainela.ee

180 kohta kõogi ja dušiga majakestes mere ääres. Territoorium 3 ha. Piiramatult telkimisala. P-R soodushinnad. Küsige pakumist!



Hiina restoran



Peakokk Hiinast!

Hiina restoranis Dao Hua naudite Te maitsvaid roogasid ning meeldivat ja õdusat interjööri. Dao Hua restoranis on kolm mugavat söögisaali kokku 78 kohaga. Koht on sobiv ärilõunateks ja meelde jäävateks firmapidudeks. Meie kokad on tulnud Hiinast, et valmistada Teile parimaid maitseelamusi. Oleme arvestanud taimetoitlaste soovidega. Viime läbi ka teetseremooniat.

Dauhua restoran: Mardi 1, Tallinn, tel +372 660 6017, info@daohua.ee



Ekraanile pilt otseülekandest 3D-animatsioonini. Tootmine võtab aega

JOONAS KERGE
kaasautor



Firmaüritust aitavad alates kutsetest kuni üritusel toimuvani põnevamaks teha erinevad videolahendused - animatsioonid, presentatsioonid, ekraanigraafika ja muu.

Üritust on võimalik visuaalselt efektseks muuta erinevate videolahenduste kaudu, mille väljatöötamist pakub teenusena näiteks RGB Baltic. Videolahenduste loomisel nende jaoks piire pole, need seab üksnes kliendi rahakott, sõnas firma projekti juht ja üks partneritest Marko Erlach.

Lahendusi presentatsioonist live-ülekanzeni.

Põnevust saab üritusele anda juurde nii firma enda poolt loodud visuaalse materjaliga kui ka üritust korraldaval firmalt tellitud visuaalsete lahenduste tervikuga – seda kas video- ja valguseffektide või nende kombinatsiooni näol. “Nii näiteks on RGB teostanud mitmetel korporatiivüritustel panoraamprojektsiooni, mille puhul on ürituse toimumispaik ümbritsetud pildi näitamiseks sobiva materjaliga. Sellise pinna suurus on olnud 6 x 60 meetrit ja rohkemgi,” sõnas Erlach.

Paljud firmad pakuvad ka live-video ülekanne võimalusi üritustele, mis suurendavad kaasatavat publikut veelgi. Erlach tõi näiteks, et suuremad live-video ülekanded on koosnenud heli ja pildi sillast erinevates linnades samaaegselt toimunud ürituste vahel. Lisaks on võimalik firma abiga lasta teha üritusele presentatsioone, ekraanigraafikat, videoklippe jm.

Ekraanigraafika hinda on Erlachi sõnul keeruline määratleda, see sõltub erinevatest aspektidest. Lihtsa logo animeerimine võib maksta ca 150 eurot, kuid kui kasutada erilahendusi nagu *multiscreeen* või *mapping*, võivad kulud tõusta tuhandetesse eurodesse. Samuti määrab töö hinna aeg. Kui näiteks ühe kaameraga ülesvõetud paaritunnise ürituse videomontaažiks võib kuluda vaid paar tundi, siis mitmepäevase ja mitme kaameraga salvestatud ürituse montaaž võib kesta päevi – sellest tulenevalt on ka hind proportsionaalselt suurem.

Animatsioonid äratavad kutsed ellu. Eeltööde ja ettevalmistusega alustamise aeg oleneb ürituse mahust ning sellest, milliseid lahendusi soovitakse kasutada. Põhjalik planeerimine võimaldab säästa aega, mis kulub reaalsele teostusele. See-ega soovib Marko Erlach enne firmadelt töö tellimist mõelda läbi, mida soovitakse oma sündmusega saavutada ning milline on planeeritud eelarve. Kui see paigas, tasub ettevõtet oma soovist teavitada nii varakult kui võimalik. Hilised ärkajad ei pruugi lõõgile saada, kuna tootmisfirmadel ei jää



KAADER Soome ettevõttele Fonecta firmaüritusel näitamiseks toodetud mainefilmist, mille tegemisel kasutati ühe tehnikana nukuanimatsiooni. FOTO: FORK FILM

lihtsalt piisavalt aega videomaterjalide kokku panemiseks ja kliendiga kooskõlastamiseks.

Sama meel on OÜ Fork Film loovprodutsent Marianne Ostrat. Firma pakub nii nukuanimatsiooni kui ka 2D-animatsiooni. Just viimase puhul on tegemist väga laialdaselt kasutatava tehnikaga, mida Ostrati sõnul saab edukalt rakendada näiteks ürituse kutsete kujundamisel ja animeeritud kaartide loomisel.

Lihtsama 2D-animatsiooni väljatöötamiseks kulub firmal Ostrati sõnul minimaalselt kuu. See on vähim aeg, mille jooksul jõuavad tellija ja tegija keskenduda ning leida sobivaima lahenduse teostuseks. Mida rohkem on aega – seda kvaliteetsem lõpptulemus tõenäoliselt on.

Nukud abiks firma turundamisel. 2D-videoklipi hind algab ca 2000 eurost, mille eest saab 20sekundilise videolõigu. Sinna juurde tuleb arvestada ka helindamiskulu umbes 500 eurot. 3D-lahenduste puhul on hinnavahehikku raskem määratleda – kõik oleneb kliendi soovidest ja töömahust.

Lisaks kutsetele ja kaartidele sobib animatsiooni kasutada Ostrati sõnul näiteks bankettidel ja erinevatel üritustel, mis on suunatud võtmeklientidele ja koostööpartneritele. Samuti on leidnud animatsioon tema sõnul laia kasutust mitmesuguste sotsiaalmeedia- ja telereklaamide puhul. Firmad on hakanud üha rohkem kasutama animatsiooni ning animeeritud karaktereid ka oma brändi kujundamisel.

Kindlasti pole selle lahenduse puhul enam ammu ka tegemist n-ö laste asjaga. Marianne Ostrati sõnul on Eestis olnud näha animatsiooni kasutamise kasvu ning samuti on kasvanud viisid, kuidas seda rakendada. Seejuures pole olnud oluline, kas firmal on endal idee varnast võtta või mitte, sest pakutakse ka terviklahendust ideest teostuseni.

Ka on võimalik korraldada animatsiooni töötubasid. “See on kohutavalt naljakas, huvitav ja seal õpitud teadmisi animatsiooni kohta saab ehk hiljem ka kuskil mujal rakendada,” rääkis Ostrat.

150

euro eest on võimalik lasta animeerida firma logo. Pikema, 20sekundilise klipi tootmise hinnad algavad ca 2000 eurost.

HYPE
MARKETING & EVENT AGENCY

Meie loome kvaliteetaega!
www.hype.ee

Pipi ja Lotte pidutsevad koos lastega.

Päev täis mängu ja võistluseid

MARILIIS PINN
kaasautor

Et lastel ettevõtte peol igav ei hakkaks, tasub kohale kutsuda mängujuht, kes Lotte, Pipi, Rapuntsli või mõne muu tegelasena lapsi ohjab. Eakohast meelelahutust pakuvad ka õhupallimeistrid, näomaalijad, mustkunstnikud ja lasteatrid.

Piip ja Tuut mängumaja pakub võimalust korraldada lastele sündmus nende juures, samuti aitavad nad organiseerida majast väljas toimuvale üritusele mudilaste jaoks meelelahutust. Pakutakse etendusi, olemas on mustkunstnik, mängujuhid, loetles maja perenaine Mari Lääne võimalusi.

Armastatuim kangelane Lotte. Kui tellida üritusele professionaalne mängujuht, ei ole ettevõttel

„**Lastel on toredam, kui nende jaoks on korraldatud eraldi tegevused. Lapsevanemad saavad aga olla kindlad, et võsukesed on turvaliselt hoitud.**

Kaja Sepp, EMT avalike suhete juht

endal vaja peale laste peole organiseerimise min-
geid suuri ettevalmistusi teha ega vajaminevaid as-
ju osta. Kõik vajaliku võtab mängujuht ise kaasa.

“Üldiselt tegeleb mängujuht lastega tund aega, kuna tavaliselt on peole planeeritud ka muud tegevused, näiteks söömine,” selgitas Lääne. Enne seda korraldatakse lastele aga näiteks kõie-
vedu või ringmänge. Lääne sõnul on neil välja kujunenud kindlad mängujuhid ja meistrid, kelle teenuseid nad julgevad soovitada.

Eesti laste üks armastatumaid kohalikke kangelasi, kelleks mängujuhid kehastuvad, on kindlasti koeratüdruk Lotte, kelle kostüümi saab laenutada Joonisfilmist. Neilt saab ka kontaktid näitlejate kohta, kes on nõus Lottena lapsi lõbustama.

“Meie laenutame ainult kostüümi ja vajadusel ja-
game infot, kuid näitlejatega peab ise kokkulep-
pele jõudma,” selgitas Joonisfilmi filmiprodutsent Kalev Tamm. Kostüümi laenutus maksab 64 eurot.

Mängujuht Kadri Leppiku sõnul on aegumatu klassika ka Pipi, kes on väga vahva tegelane ja las-
te poolt väga armastatud.

Hea mängujuht kaasab igas vanuses lapsi. “Pal-
limängud, kohapeal lastega näidendi tegemine,
suur aardejaht-oriienteerumine,” loetles Leppik
asju, mida lastega koos võib mängujuht ette võt-
ta. Kõik sõltub soovidest, lastest ja võimalustest.

Ka ei pea kartma, et korralik mängujuht ei
suuda kaasata kõiki eri vanuses lapsi. “Väike-



LIMOUSINE SERVICE

Kuni 20 reisijat autos!

LIM

★★★★★

GSM 51 44 000, www.limu.ee

EESTI SUURIM AUTOPARK!

KORRALDA OMA FIRMA ÜRITUS KONTSERT, LÕPPU BALL VÕI KONVERENTS

- TASU ARVESTUS TUNNI KAUPA JA PÄEVA KAUPA
- VÕIMALIK CATERINGU TELLIMUS
- KOHAPEAL FOTOSTUDIO JA FOTOGRAAF
- RÜHMA TREENINGUT JA TANTSUTUNNID (LATINO, SALSA, POLE DANCE)

SUUPER SOODSA HINNAGA

DAF STUDIO

HELISTAGE - 566 262 69
INFO@DAFSTUDIO.EE
KESKLINNAS NARVA MNT 7B



MÄNGUD, aardejaht, spordivõistluste läbiviimine, näidendi korraldamine – kõigi nende tegevustega saavad Lotte, Pipi ja muud tegelased lastepidudel hakkama.

FOTO: TOOMAS
HUIK / POSTIMEES/
SCANPIX

mad abistavad suuri, suured vaatavad väikeste järele ja keskmes on ise osavad,” lisas ta, et tema pidudel küll kellelgi igav pole olnud.

Talvel käivad mängujuhid peamiselt erapidudel, suvel tellitakse neid rohkem ettevõtete suvepäevadele. Leppiku sõnul levib info headest mängujuhtidest enamasti suust suhu ja internetist nende andmeid otsides ei pruugigi kõigi kontaktid välja tulla. Küll jagavad neid lahkelt mängumajad ja -toad. Alati tasub uurida aga ka sõprade-tuttavate soovitusi, sest Leppiku sõnul on turul tegijaid, kes pole päris südamega asja juures ja istuvad rohkem nurgas, kui mängivad lastega. “Pole vastavat haridust ja käiakse mööda üritusi rohkem raha pärast,” selgitas ta.

Eesti parimal õhupallimeistril varuks 200 pallidisaini

Õhupallimeister lõbustab firmaüritusel lapsi sadade erinevate õhupallidest keeratud loomade valmistamisega.

Õhupallimeister Meelika Mäeorg on õhupallidest loomi meisterdanud juba üle nelja aasta. Selle ajaga on ta õppinud pallidest kokku keerama üle 200 erineva looma.

Koer, jännes, mõök – need on tavalised õhupallikujud, mida keskmise õhupallikunstniku repertuaarist leida võib. Mäeorg on oluliselt fantaasierikkam. “Mul on eraldi kaustik, kus ma disaine üles märgin,” lisas ta.

Vahel tuleb tema juurde peol laps, kes tahab näiteks oma kaisujänesest õhupallidest koo-piat. “Selle loomulikult saab, kuid nende disainide üle ma arvet pidada ei jõua,” ei ole Mäe-orul ükski tellimus täitmata jäänud.

Õhupallidestimevigurid. Eestis võib tegutseda õhupallimeistrid kahe käe näppudel üles lugeda. “Konkurents on edasiviiv jõud ja selle tõttu olen ma ka iga-suguseid asju leiutanud,” nentis Mäeorg ja tõdes, et on parajasti iseenda suurim konkurent.

Kui ettevõtte tahab oma peol lapsi lõbustada õhupallimeist-riga, siis tuleks hakatuseks uurida, kas meistril on soovitud ajal



ÕHUPALLIMEISTRIL Meelika Mäeorg on varuks 200 ideed, mida pallidest teha. FOTO: ÕHUPALLILOOMAD.EE

võimalik tulla ja kui pikalt pidu kestab. “Ka laste arv on oluline. Kahju, kui keegi peab oma looma tunde ootama. Suurematel pidudel käime seetõttu partneriga kahekesi,” selgitas ta.

Siiski tõi ta välja, et lapsed on

kannatlikud ootajad ja ka vane-mad, nähes kui kiiresti õhupal-liloom valmib, jäävad meelsasti õhupallimeistri sappa seisma.

Ettevõtmise hind sõltub las-te arvust, ürituse kestusest ja kohast.

Kommentaar **Pipiga aardejahile**

KAJA SEPP,
EMT avalike suhete juht

Oleme mängujuhte, nii kos-tüüme kandvaid kui ka il-ma kostüümita, firmaüri-tustele tellinud. Eeskätt loo-mulikult sellepärast, et lastel on toredam, kui nende jaoks on korraldatud eraldi tege-vused ja keegi juhendab neid. Lapsevanemad saavad aga ol-la kindlad, et võsukesed on turvaliselt hoitud ja kantsel-datud ning saavad rohkem pühenduda oma tegevustele.

Mäletan üht väga meele-olukat aardejahti, kus män-gujuht, vist oli seekord Pipi, oli peitnud maastikule ära hulga aardeid, igatihe koh-ta väike legend. Ta ise kihut-tas koos lastega neid otsi-des ringi.

Pärast olid kõik surmvä-sinud, aga üliõnnelikud. Aa-reteks olid pisividinad, aga kuna need olid nii põneval moel saadud, hoidis mõni-gi laps neid pikalt alles ja ko-dus aukohal.

Mängujuht ei pea olema aga ainult kostümeeritud te-gelane. Suurematele lastele meeldib mittekostümeeritu vist isegi rohkem. Ja eks suu-rematel lastel ole mängud ja ettevõtmised ka teistsugu-sed. Näiteks on meie üritus-tel suuremad lapsed erine-vaid asju meisterdanud.

Meie ettevõtjate ja seltside üritus

KAKS KOHVIRINGI ÜMBER SOOMAA

toimub 19. aprillil 2014 aastal.

Kohviring külastuseks avatud algusega
kell 12.00 kuni 16.00.

Lisainfo ja osalejate nimekiri
Rohelise Jõemaa Koostöökoogu
kodulehelüljel
www.joemaa.ee

Olete oodatud külla, et näha ja kogeda, mida Soomaal
huvitavat teha ning toimetada!



UHTJÄRVE ÜRGORU NÕIARIIK PAKUB ENAMAT KUI LIHTSALT PIDU



Suvepäevad ja firmapeod muudavad eriliseks loodus, ainulaadne programm ja huvitavaid tegevused – Uhtjärve Ürgoru Nõiaariis leidub seda kõike! Urvaste külje all asuv tänapäevaste võimalustega keskus pakub põnevaid suvepäevapakette, mis annavad ettevõttele võimaluse korraldada töötajatele meelde jääv suvepidu koos matka, spordivõistluste, Eesti suurima Soome sauna ja unikaalse liikluslinnakuga.

“Nõiaariis on suurepärased tingimused suvepäevade korraldamiseks, sest see on privaatne koht paljude tegevusvõimalustega ning mahutab lähedalt ära suure seltskonna. Meil jätkub tegevust nii suurtele kui ka väikestele,” ütleb Uhtjärve Ürgoru Nõiaariigi peremees Aivo Värton. Sisemajutuskohi on keskuses 100, lisaks avar telkimisplats. “Meie seni kõige suuremal kokkutulekul võõrustasime 450 inimest.”

Meelelahutusena pakub Nõiaariik erinevalt teistest omalt poolt suvepäevade paketi kokkupanekut ning mängude läbiviimist, mis annab ettevõttele võimaluse jätta palkamata eraldi peokorraldaja. Heatasemelisi suvepäevi saab organiseerida 1–3päevasena, samuti võib Nõiaariiki tulla pidama muid pidusid, aga ka koolitusi, konverentse, seminare ja laagreid.

Lisaks mitmele peohoonele, palliplatsidele, kanuudele ja tiigile on Nõiaariis olemas lasketiir, suitsusaun ja Soome saun Eesti suu-

rima leiliruumiga, kuhu mahub lähedalt korraga lavale koguni 35 inimest. Pereürituste korral on osalejatele tasuta sissepääs 1200ruutmeetrisse liikluslinnakusse, kus saab sõitu teha 25 väikesema ja suurema akudel töötava pörkeautoga. Soovi korral saab läbi viia ka šokolaadi ja trühlite ning ruunimärkide meisterdamise töötoida. Loomulikult saavad kõik kätt proovida ka Nõiaariigi ametlikus spordialas – luuaviskes.

“Tegelikult algab suvepäevade korraldamine reeglina ikka kohe aasta alguses pärast jõulumõllu, mis tähendab, et meilgi on sel suvel üritustevaba hetkel veel vaid üks nädalavahetus. Broneeringuid tehakse ka aasta-paar ette,” tunnistab Värton ja lisab, et kuna Nõiaariik on avatud aastaringsest, on külalastajad lisaks suvistele ja jõuluüritustele oodatud tähistama ka muid tähtpäevi.

Mille poolt meie suvepäevad eristuvad?

- ★ Me oskame ja hoolime.
- ★ Me pakume lisavõimalusi.
- ★ Me aitame ellu viia Teie ideid ja pakume omalt poolt põnevaid tegevusi.

Miks suvepäevad siin pidada?

- ★ Suur ja avar väliala
- ★ Kaasaegne keskus
- ★ Põnevad seiklus- ja aktiivsed sporditegevused
- ★ Maitssvad kohapeal valmistatud toidud kuni 250 inimesele

Tulge külla!

ans. Tulv

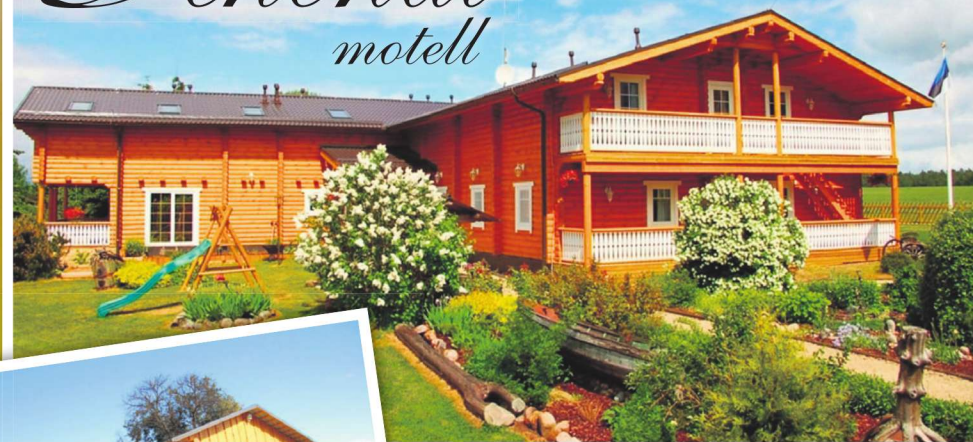
era- ja firmapeod, suvepäevad jpm



www.tulv.ee

info ja tellimine:
pidu@tulv.ee
566 000 47

küüalistemaja
Vehendi
motell



Suurim freespalkmaja ootab teid!

- katusega väliterrass 150-le, peosaal 70-le
- ööbimiskohti 70-le (42+28)
- pulmad, firmaüritused, sünnipäevad aasta ringi
- saun ja bassein

tel 504 1725, 5345 2892, 746 0580
vehendi@hot.ee
www.vehendi.ee

Võrtsjärve ümbrus tasub avastamist!



ILLUSTRATSIOON: ANTI VEERMAA

JUHTKIRI

Juubeli tähistamine tabab kolme kärbest ühe hoobiga

Ettevõtte jaoks on juubel võimalus pildile pääseda – möödunud tagasi vaadata, saavutatu üle uhkust tunda, vana tolm õlgadelt maha raputada ja ehk ka uue imagoga klientide ette tulla.

Sageli tundub, et ettevõtete jaoks pakub juubel hea võimaluse kolleegidega kokku tulla ja üks tore pidu maha pidada, heal juhul klientidele ka mõni sooduskampaania teha. Suuremaid sündmuseid ja finantsi ei raatsita tihti selle peale kulutada põhjendusega “aga see ei too ju ettevõttele midagi tagasi”.

Toob küll. Vahet pole, kas ette on löömas 5. või 50. sünnipäev, juubeli põnev tähistamine pakub suurepärase võimaluse positiivset tähelepanu saada, mis igal aastal ei ole võimalik.

Võimalus püüenele pääseda. Juubeli päeva, kuu või aasta tähistamine on hea võimalus ennast taas klientidele meelde tuletada. Rõhuda ettevõtte pikaajalisusele, stabiilsusele ja usalduseväarsusele – kokkuvõttes edule, mida pannakse tähele. Seda silmas pidades võib avada klientidele ja koostööpartneritele näiteks ettevõtte kõõgipoole –presenteeri-

” Juubeli põnev tähistamine pakub suurepärase võimaluse positiivset tähelepanu saada.

da toredalt ja meeldejäädvalt firma ajalugu, saavutusi ja käimasolevaid projekte, tutvustada ruume, töötajaid, tööprotsesse ja vähetuntud aspekte. Kokkuvõttes öelda kõigile aitäh.

Vitamiinisüst kollektiivile. Sama oluline kui klientide ja partneritega tähistamine on ka firma töötajate meelepidamine. Juubel pakub hea võimaluse kollektiivis aja maha võtmiseks ja saavutuste üle rõõmustamiseks. See on natuke nagu vitamiinisüst töötajate moraale, kes igapäevaselt heade tulemuste nimel pingutavad.

Lisaks pakuvad nutika juubelikampaania raames korraldatavad ettevõtmised (konverentsid, vestlusõhtud, lahtiste uste päevad vm) võimaluse firmat edukalt turundada. Estraveli mullu peetud 25 aasta juubeli raames toimunud konverentsi puhuks toodi Tallinnasse Finnairi Airbus A340 (üks suurimatest reisilennukitest, mis mullu üldse Eestit külastas). See pälvis ohtralt meedia tähelepanu. Üritus tõi kaasa 44 tasuta meediakajastust, mida nägi hinnanguliselt 752 000 inimest. Nii et kui otseselt kõiki juubeliks tehtud pingutusi ettevõtte sisetulekus kohe mõõta ei saa, siis pika aja peale võivad need ennast hästi ära tasuda.

TOIMETAJA VEERG

Kalender abiks mikropidude pidamisel

Värske ja motiveerituna hoiab töötajaid peale põneva töö, toreda kollektiivi ja palga ka kõik töölaual ja päevaülesannetest väljapoole jääv.

Mitu korda aastas toimub firmapidu? Tavaliselt kaks, jõuludel ja suvel, sekka veel mõni väiksem koosviibimine kolleegi ja firma sünnipäevalaua ümber või pidulik üritus partnerite ja klientidega.

Igaüks aga, kel on vana-moodne kalendermärkmik, teab, et põhjust pidutsemiseks leiaks nädalas nii vanarahva kui ka uuemal ajal tek-

SIGNE SILLASOO
toimetaja



” Kel on vana-moodne kalendermärkmik, teab, et põhjust pidutsemiseks leiaks nädalas vähemalt korra.

kinud tähtpäevade järgi vähemalt korra. Sel nädalal on põhjust tähistada lihavõtteid, järgmisel jüripäeva, ülejärgmisel volbripäev, üleülejärgmisel Euroopa päeva ning emadepäeva jne. Need on ainult mõned näited ideedest, kuidas töökollektiivis veel aeg maha võtta, kui ise selleks sobilikku põhjust ei peaks leidma.

Miks see kõik oluline on? Sest inimesed ei ole robotid (kui-gi tõsi, mõnikord võib see töökeskkonnas nii näida). Ettevõtte hea õhkkonna hoidmiseks,

üksteise paremaks tundma õppimiseks, värske ja põneva-ideede või lahenduste leidmiseks on vaja teha pause või miks mitte väikseid mikropidusid. Olgu selleks siis mõne tähtpäeva tähistamine hea toidu, joo-ge seltsis, mõni lustakas, tööga ehk otseselt mitte haakuv koolitus, eneseületuslik ettevõtmis- või midagi kolmandat.

Värskus ja nutikad ideed sünnivad tavaliselt ikka pausi-ajal – miks mitte seda siis aja maha võtmiseks soodustada. Kasu saavad sellest nii ettevõtte kui ka inimesed ise.

ÜKS KÜSIMUS

Firmapidudel tuleb tihti ette olukordi, kus tuleb kiirelt mikrofoni haarata või lihtsalt publiku ette astuda ja kõnet pidada.

Kuidas valmistuda ootamatuks esinemiseks?



JANEK TUTTAR,
koolitaja, avalikesinemine.net

Minu käest on tihti küsitud, et kuidas käituda olukorras, kui saad paarkümmend minutit enne esinemist teada “ole nüüd tubli ja mine tee üks 15minutiline esitus”.

Sisuliselt ilma igasuguse ettevalmistuseta on sellised inimesed kellelgi poolt “tanki lükatud”. Osavamad teevad kogemused pealt ära, aga vähe-ma kogemusega tegelastele on see paras katsu-mus. Seega siit ka nõuanded selle kohta, mida sel-lises olukorras teha (või mitte teha).

Ära ütle kuuljatele, et sa oled ette valmistama-ta – sellega häälestad nad enda vastu isegi siis, kui muidu väga kenasti esined. Suur tõenäosus on, et enamik ei saa arugi, et midagi valesti on.

Kasuta sulle antud paarkümmend minutit ära selleks, et kasvõi väheke end ette valmistada – tee näiteks kiire plaan selle kohta, millest rää-gid. Pane peamised punktid paberile kirja ja ka-suta neid märkmetena. Tead, kuidas tavaline ini-mene selle paarkümmend minutit veedab? Ta käib ja vingub, et peab esinema minema. See on nagu kiiktoolis kiikumine – annab sulle tege-vust, aga edasi ei vii.

Käitu enesekindlalt – tee nagu, et sa tead, mil-lest sa räägid. Sa võid oma valdkonna ainuke spetsialist maailmas olla, aga ebakindlalt esine-des paljud sind lihtsalt ei usu. Samas – mana et-te enesekindel nagu ja enamik inimesi arvab, et kõik on korras.

Ära viita sellele, et sa pead samal ajal kusagil mujal olema – ehk pidid kliendikohtumise sel-le “kogemata saabunud” esinemise tõttu eda-si lükkama ja sul on kiire? Kuulajaid see ei huvi-ta ja kui sa seda mainid, siis tõlkes tähendab see nende jaoks “Üritan teist kiirelt lahti saada”.

Ära küsi, kui palju sulle aega on antud – mit-te miski ei viita kehvale ettevalmistusele rohkem kui sinu sellekohane küsimus.

Edukalt esinemise kohta loe pikemalt sekretar.ee avaliku esinemise blogist.

TSITAAT

” Peamine viga, mida tehakse, on aja üle planeerimine. Soovitakse kogu sündmuse ajakavva kõik maailma tegevused sisse suruda, kartuses, et muidu hakkab inimes-tel igav.

Paul Liivoja, firmapeo ajakava planeerimisest, Nevermind OÜ tegevjuht FIRMAPIDU, 31.03.2013

Firmapidu
Toimetaja: Signe Sillasoo,
tel 667 0218,
e-post: signe.sillasoo@aripaev.ee
Reklaami projektijuht:
Kätlin Murumets, tel 667 0229,
e-post:
katrin.murumets@aripaev.ee
ftp.aripaev.ee/incoming/Rekl
Kujundaja: Eve Rammo,
e-post: eve.rammo@aripaev.ee
Fototoimetaja: Raul Mee,
e-post: raul.mee@aripaev.ee

Äripäev

Peatoimetaja: Meelis Mandel
Väljaandja: AS Äripäev
Pärnu mnt 105, 19094 Tallinn
telefon:
(372) 667 0195,
(372) 667 0222

Toimetuse:
e-post: aripaev@aripaev.ee
tel: (372) 667 0111

Reklaamiosakond:
e-post: reklaam@aripaev.ee
tel: (372) 667 0105
Tellimine ja levi:
e-post: register@aripaev.ee
tel: (372) 667 0099
Tellimine internetis:
www.aripaev.ee/tellimine
Äripäeva tellija eelised - ostu-keskkond privileeg.aripaev.ee ja soodsaim võimalus soetada Äri-päeva raamatuklubi raamatuid. Äripäev veebis: www.aripaev.ee
Trükk AS Kroonpress

Toimetuse võtab endale õiguse kirju ja kaastöid vajaduse korral lühendada. Toimetuse kaastöid ei tagasta. Kõik ajalehes Äripäev ja tema lisades avaldatud artiklid, fotod, teabegraafika (sh päevakajalised, majanduslikul, poliitilisel või religioosel teemal) on autoriõigusega kaitstud teosed ning nende reprodutseerimine, levitamine ning edastamine mis tahes kujul on ilma ASI Äripäev kirjaliku nõusolekuta keelatud. Kaebuste korral ajalehe sisu kohta võite pöörduda Pressinõukogusse, pn@eal.ee või tel (372) 646 3363.



Suvepäevade ja kliendiürituste kava Trofees:

13:00-14:00

Saabumine, majutamine, tutvumine ümbruskonnaga. Väliterassile on serveeritud piknik koos booliga. Taustaks on live akustiline kitarr. Võimalus mängida võrkpalli, kalastada ja kes soovib võib minna kanuuga jõe sõudma.



16:30
Lõuna jahisaalis

Menüü:

- Trofeepärane kartulisalat grillvorstikeste ja marineeritud kokteilkurkidega
- Viini shnitsel lihaleeme tummises kastmes
- Krõbedad ahjuporgandid ja -kaalikad
- Punase oa salat hirsiga ja selleriga
- Väga värske ja mahlane suvine salat
- Trofee kuklivalik ürdivõiga
- Kirsside ja basiilikulehtedega maitsestatud allikajäävesi

Dessert:

- Mustsõstrasupike musta leiva-riisi pudingiga
- Kohv ja vaarikalehetee

17:00 Sauna osakond on avatud ja fotograaf alustab pildistamist ilusessioonidega alustades daamidest. Võimalus on tellida ka meikija ning juuksur.

19:00 Suur gala-õhtusöök metsatukas jõe ääres valgete laudlinade ja kivilipsudega teenidajatega.

Õhtujuht, baarilett koos jahutatud jookide ja showbaarmaniga

DJ ja disko koos tantsulavaga

Võimalik tellida tantsuõpetaja

Fotograaf ja pisike fotostuudio

10:00 Hommikusöök ja hommikusaun

11:00 Aktiviteet ehk peaparandus

12:30 Lahkumiskohv

