Äripäev

Firmapidu

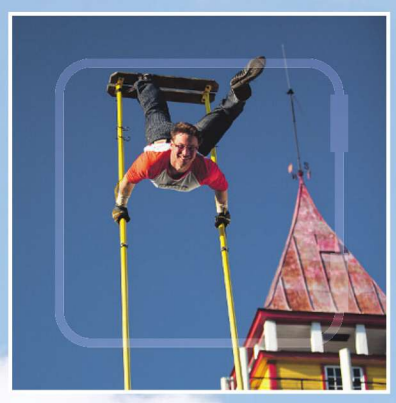
22. aprill 2016 | Eriväljaanne

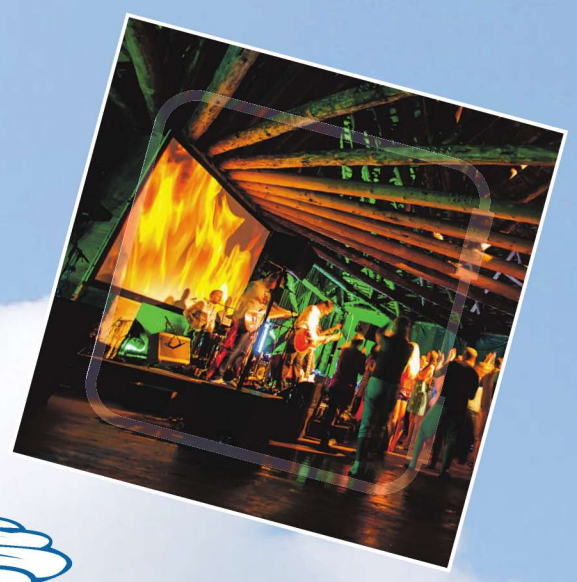
KÕIK VAJALIK
ÕNNESTUNUD
SÜNDMUSE JAOKS

Gurmee Catering – alati tipptasemel maitseelamus,
teenindus ja vajadusel abi sündmuse planeerimisel.

www.gurmeecatering.ee • info@gurmeecatering.ee • tel 602 4836

ÜRITUSKORRALDUS / ESINEJAD
MEESKONNAMÄNGUD JA TREENINGUD
MATKAD / ATRAKTSIOONID
HELI- VALGUS- JA LAVATEHNIKA

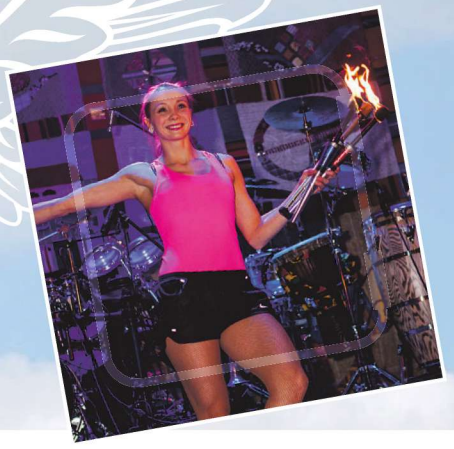




elamuspank

ELAMUSTE AGENTUUR MEELDEJÄÄVATEKS SÜNDMUSTEKS

Me oleme noored. Mõned alla ja mõned juba üle kolmekümne. Noor on ka Elamuspank, ehkki kogemus on vanem, sest kunagisest hobist kasvas aastatega Töö, millele oleme pühendunud.



Elamuspank on ürituskorralduse ning seiklusturismi ettevõte – korraldame inspireerivaid ja põnevaid üritusi suvepäevadest aastalõpu gaaladeni, meeskonnamänge, elamusmatkasid ning meeskonnatöö treeninguid. Ürituskorralduse valdkonnas pakume lisaks atraktsioone, heli-, valgus- ja lavatehnikat ning foto- ja videoteenuseid.

Usume, et suudame oma valikuga muuta Teie sündmusi elamusterohkemaks, rõõmustada Teie kalleid kliente uudsete tegevustega ja tõsta ettevõttesisest motivatsiooni.

www.elamuspank.ee
Teie elamuste teejuht

Hilton Tallinn Park hotellis
10 uut konverentsisaali

MAI lõpus tuleb pealinna juurde 10 uut konverentsiruumi, kui uksed avab hotell Hilton Tallinn Park.

Baltikumi esimene 202 toa ja kümne konverentsiruumiga Hiltoni hotell, Hilton Tallinn Park avab mai lõpus uksed.

Hilton Tallinn Parki tegevdirektori Daniel Habersatteri sõnul edenevad hotelli ehitus ja sisetööd plaanikohaselt. "Praegu on meil väga tegus periood – kümned inimesed töötavad pidevalt selle nimel, et saaksime mai lõpus hotelli uksed avada ning see on põnev ja heas mõttes ärevusttekitav," lisas ta.

"On näha, et Hilton Tallinn Parki avamise lähenemine on tekitanud parajalt ootusärevust. Oleme värbamas kümneid hotellitöötajaid ning meie suureks rõõmuks on huvi Hiltoni hotellis tööle asuda suur. Samuti tunnevad mitmed sündmuste korraldajad huvi hotelli multifunktsionaalse konverentsikeskuse vastu. On selge, et Hilton Tallinn Park tõstab Tallinnas taset nii ürituse korraldamise paikade kui ka ajaveetmisvõimaluste seas," lisas Habersatter.

Hilton Tallinn Park hotellis on 11 erinevat tüüpi tuba, alates klassikalistest, kuid modernse viimistlusega külalistubadest, kuni erakordsete sviitideni vaadetega Tallinna lahele. Kõige suursugusem on 180 m² presidendisviit, mis on omasuguste seas Tallinna üks suurimaid.

Baltikumi esimeses Hiltoni hotellis Hilton Tallinn Park on 202 tuba. Hotelli kaasaegseima tehnikaga varustatud konverentsikesksuses on 10 koosolekuteruumi ja Tallinna üks suurim ballisaal, mis mahutab ligi 520 inimest – kokku võib konverentsiruumides võõrustada ligikaudu 800 delegaati. Konverentsikeskus pakub sündmuste korraldajatele loendamatult võimalusi nii seminaride kui autosõude korraldamiseks.

Lisaks on hotelli külalised oodatud nautima lõõgastavaid spaateenuseid, jõusaali ja külastama kasiinot. Hilton Tallinn Parki restoran *steakhouse* The Able Butcher ja kohvik-baar Linnutee pakuvad aga toiduelamusi nii kohalikele kui külalistele.

Hilton Tallinn Park asub Tallinna kesklinnas Politseipargi kõrval. Hotellist avanevad vaated Tallinna vanalinnale, kesklinnale ja Tallinna lahele.

ÄRIPÄEV

Sportlikud väljakutsed firmasündmusteks

6.–8. maini toimub Tallinnas Tondiraba jäähallis Spordi- ja Hobimess, kus tutvustatakse kolme päeva jooksul spordi- ja vaba aja veetmise valdkonnas pakutavaid võimalusi ja sündmuseid. Kindlasti leiab sealt ka ideid suviste firmaürituste tegevusteks.

Lasnamäel Tondiraba jäähallis toimuval messil on korraldajate sõnul väljas hulk alasid nii vaatamiseks kui ka ise kaasa löömiseks, lisaks jagavad erinevate alade spetsialistid kasulikke ja huvitavaid nõuandeid ning soovitusi.

Teada saab näiteks langevarjuhüpete, paraplaani ja kuumaõhupalliga sõitmisega kohta, samuti on võimalik tutvuda *disc golf*'iga. Lastele kuni 18 aastat (kaasa arvatud) on ürituse külastamine tasuta, täiskasvanutele pilet 5 eurot. Info: http://sportjahobi.ee

ÄRIPÄEV

DISC GOLF **on sportmäng, kus mängijad peavad võimalikult väheste visete arvuga spetsiaalse lendava taldriku viskama *disc golf*'i korvi. Messil saab antud alaga ka põhjalikumalt tutvuda.**
FOTO: RAUL MEE

Maaturismi ettevõtjad kutsuvad külla!

Pühapäeval, 1. mail 2016 avavad maapiirkonna turismiettevõtted juba kolmandat korda oma uksed külastajatele, et tutvustada ennast ja oma teenuseid.

1. mail saab päris tasuta või erihinnaga osaleda giidiga loodusmatkadel ja elamusretkedel. Samuti on kavas ringkäigud mõisates, jahilossides, muuseumites, teemaparkides, seiklusparkides, ürdiaedades, maapiirkonna majutusettevõtetes ja taludes. Sõita saab paadiga, teha käsitööd, osaleda töö- ja õpitubades, lüüa kaasa talgutel, teha tutvust taluloomadega, kohtuda pererahvaga või käia kuumas saunas.

Ka pakutakse huvilistele põnevaid maitseelamusi – mitmed restoranid ja kohvikud on just selleks päevaks koostanud erimenüü. Testida saab veine ja osaleda käsitööõllede degusteerimisel ning näiteks Hiiumaal saab mängida õllebingot. Igal ettevõttel on selleks päevaks isiklik pakkumine oma külalistele.

Ettevõtmise eesmärk on propageerida puhkamist ning ürituste korraldamist maapiirkondades ning kutsuda ka linlasi maale. Info: www.maaturism.ee

ÄRIPÄEV

FIRMAPIDU 22. aprill 2016
toimetaja Signe Sillasoo, tel 667 0218, e-post signe.sillasoo@aripaev.ee

Koduleht –

↑**ETTEVÕTTE** **Confent tegevjuhi Endrik Randoja sõnul tasub sündmuse jaoks uue kodulehe või äpi loomise peale mõelda siis, kui olemasoleva lahenduse funktsionaalsuses või disainis on puudusi.** FOTO: RAUL MEE

Tasuta kodulehe saab ajakulu arvelt

Sündmusele kodulehte luues on alati oluliseks küsimuseks raha – võimaluste skaala jääb vabatahtlike spetsialistide kasutamisest kuni tuhandete eurode maksmise vahele.

Ettevõtte Confent tegevjuhi Endrik Randoja sõnul maksavad nende konverentside kodulehed umbes 700 eurot, mis sisaldab kodulehe ülesseseadmist ja täiendamist kogu projekti vältel. Tema hinnangul kulub ühe sündmuse kodulehe loomisele kujundajal, IT-spetsialistil, loovjuhil ja/või *copywriter*'il igal ühel keskmiselt päev esimese versiooni loomiseks ning teine päev täienduste tegemiseks. Kliendile jääb tema sõnul eeskätt kinnituste andmise ülesanne.

Arvamusfestivali turundusjuhi Anu Melioranski sõnutsi on festivali koduleht loodud WordPressi platvormile ning sündinud vabatahtlike tiimi koostöös. Vaatamata mõningatele kitsendustele on koostöö ja tulemus olnud suurepärased. "Meie piiranguteks on olnud nii aeg ehk lehte luuakse vaba aja, pere ja põhitöö kõrvalt kui ka eelarve ning see, millised oskused on tiimiliikmetel. Vähesel määral oleme keerulisemaid teenuseid ka sisse ostnud."

Melioranski hinnangul on kolme aastaga jõutud nii kaugele, et festivali lehel olev info on hästi leitav ja sisu on lugejale huvitav, mida kinnitab ka tagasiside ja statistika. "Muidugi näeme veel arenguvõimalusi, aga oleme oma unistustes maksimalistid, teostuses realistid," usutles Melioranski.

Ä Soovitused
Kuidas luua sündmusele head kodulehte?

Pane paika eesmärk. Vaata läbi sarnaste üriituste kodulehed ja äpid ehk tea täpselt, mida su kodulehe/äpi kasutaja vajab.

Mõtle läbi, kes on lehe külastaja, mis infot ta otsib, kust ta sinu lehele tuleb, millise teekonna kodulehel läbib. Samuti see, mis infot soovid talle esitada, mis ettevõtte eesmärkidele vastava tegevuse ta lehel peaks tegema.

Kui su enda ettevõtte internetikeskkond ei võimalda sündmust atraktiivselt või funktsionaalselt esitada, kaalu eraldi lehe tegemist.

Aruta lähteülesannet spetsialistidega. Võta tänulikult vastu tagasiside. Usalda professionaale nii lähteülesande täiendamise kui ka lõpptulemuse soovituste osas ja mõista, et töö tulemus sõltub tellija materjalist.

Disaini funktsionaalselt ja ära pinguta "kellade ja viledega" üle. Külaline on eeskätt huvitatud sinu sündmusest, mitte kodulehest kui sellisest.

Järgi lehe kujundusega oma sündmuse identiteeti. Keskendu olulisele, ära kasuta liiga palju teksti, pigem võimalusel videot.

Lihtne ja "puhas" leht paneb inimesi rohkem tegutsema. Ilus disain ja vilets sisu või vastupidi, ei toimi. Kõik peab töötama tervikuna.

Pea meeles, et lahendused ei sünni üleöö ega lihtsalt – hea tulemuse saamiseks on vaja läbi teha ajamahukad protsessid. Mis on kiirelt ja ühepoolselt kokku klopsitud, see paistab sellisena ka välja.

Äpi tegemist kaalu siis, kui sellel on ka muid ülesandeid lisaks info edastamisele, mida teeb mobiilsele seadmele kohanduv koduleht niigi.

Tänapäeva veebileht peab olema kindlasti skaleeruv ehk mugavalt loetav ja kasutatav erinevate suurustega ekraanidelt. Kindlasti tasub panustada ka otsingumootorites nähtav olemisse.

Pea meeles, et koduleht toetab äriprotsesse ja ettevõtte ärilisi eesmärke. See on üks osa tervikust, see on enamiku ettevõtete puhul üks osa äriplaanist.

ALLIKAD: ENDRIK RANDOJA, ANU MELIORANSKI, WSI ONLINE

hea sündmuse tugipost

Nutiajastul veedavad inimesed suure osa ajast ekraanide taga erinevates keskkondades, tihti isegi mitmel seadmel korraga. See on seadnud uue väljakutse ka ürituste korraldajatele – oluline on läbi mõelda, kuidas jõuda potentsiaalse publikuni, köita nende tähelepanu ja muuta info võimalikult käepäraseks.

> **Koduleht või äpp peab andma lahendusi, mitte tekitama kasutajas küsimusi.**
> Anu Melioranski, Arvamusfestivali turundusjuht

JOONAS KERGE
kaasautor

Juba üle kümne aasta konverentsi- ja sündmusturunduse lahendusi pakkuva ettevõtte Confent tegevjuhi Endrik Randoja sõnul tekib vajadus sündmuse kodulehe, nutirakenduse järele siis, kui olemasoleva lahenduse funktsionaalsuses või disainis on puudusi. "Paljude ettevõtete kodulehti luues ei mõeldud sellele, et panganduse või telekomiteenuse kõrval peaks see kunagi olema võimeline turundama ka konverentsi," sõnas Randoja. Osade ettevõtete lehtedel on küll tema sõnul funktsionaalsus olemas, kuid kujunduse osas ei toeta need planeeritavat sündmust, ka sellisel juhul on uue lehe tegemine põhjendatud. Palju korraldatakse ka mitme firma ühisüritusi, mille puhul tasub Randoja hinnangul pikemate arutelude vältimiseks langetada ka valik spetsiaalse uue lehe kasuks.

Nutirakendus peab pakkuma interaktiivsust. Igasuvise suursündmuse – Arvamusfestivali – turundusjuht Anu Melioranski sõnul tasub enne kodulehe/äpi loomist kindlasti läbi mõelda, millised on vajadused ning millised kanalid on otstarbekas nende vajaduste täitmiseks luua. Et Arvamusfestivalil on väga mahukas programm, kahel augustikuu päeval toimub Paides rohkem kui 30 alal üle 220 arutelu, on Melioranski sõnul ürituse kavas orienteerumine paras pähkel ka tugevamatele festivalihuntidele. "Meie vajadus oli seega luua isikliku "Minu kava" koostamise võimalus ja seda nii kodulehel kui mobiilis."

Melioranski sõnul on erinevaid nutirakendusi juba nii palju, et äppi äpi pärast teha ei ole mõtet. "Arvamusfestivali äpp on osa Telia loodud nutirakendusest, mis koondab erinevaid festivale ja üritusi, nii ei tule kasutajal veel üht äppi alla laadida. Arvame, et oma äpi loomisel oleks sügavam mõte, kui festivalil oleks sündmusi aasta läbi," selgitas ta. Ka Randoja oli seda meelt, et äpi järele on vajadus siis, kui sellel on mingi täiendav funktsioon. Kaasaegsed kodulehed kohandavad end nutiseadmele, seega lihtsalt info edastamiseks pole äppi vaja.

Konverentsidel võib nutirakendust kasutada aga näiteks interaktiivsuse lisamiseks. "Rakendus, mida ka meie oma konverentsidel kasutame – Worksup – võimaldab lihtsalt läbi viia küsitlusi ja rühmatöid. Sellised äpid rikastavad konverentsikogemust, haaravad osaleja kaasa mõtlema ja panustama," selgitas Randoja ja täpsustas, et erinevatel sündmustel võivad sellisele rakendusele olla erinevad funktsionaalsed eesmärgid. Mõnikord võib tegemist olla ka pelgalt meelelahutusliku või informatiivse rakendusega. Randoja kogemusel muutuvad aina popimaks aga näiteks võrgustumist toetavad rakendused, mis aitavad suurtel konverentsidel leida ja kokku saada vajalike inimestega.

Disain ja funktsionaalsus – kaks olulist tegurit. Anu Melioranski sõnul on kodulehe loomisel esimene oluline käik anda sellele loogiline ja lihtne domeeninimi. Tema hinnangul eksitakse selle olulise aspekti vastu üllatavalt sageli. "Väga oluline on, et kodulehele jõudes saaks kasutaja kohe aru, kus ta on, mida seal teha saab ja kuidas infot leida. Tähtis on luua selge lehe struktuur. Info edastamise selgusele aitab kaasa lehe disain," kinnitas ta.

Aastatega on kasvanudki just disaini olulisus. Hariduselt ja kogemuselt graafiline disainer Melioranski tõdes, et on meeldiv näha disaini tähtsuse tõusu, sest lisaks usaldusväärsele kuvandile aitab hea disain edasi anda ürituse olemust, võimaldab leida infot kiiremini ja teeb sõnumi mõistetavaks. "Koduleht või äpp peab andma lahendusi, mitte tekitama kasutajas küsimusi," lisas ta.

Konverentsi koduleht peab Randoja arvates esmalt andma ülevaate, mis üritusega on tegu ja miks on kasulik seal osaleda – siinkohal tasub kasutada seniste külaliste kogemusi ja esinejate tutvustusi. Lisaks kasutatakse teksti kõrval üha enam videot. Ning mida aeg edasi, seda lühemaks muutuvad tema sõnul ka tekstid, seega tasuks vältida liiga rohkesõnalist kodulehte.

"Kujundus peab olema heal tasemel sihtrühmast sõltumata, aga turunduse- ja reklaamivaldkonna inimesed pööravad sellele kindlasti rohkem tähelepanu. Samas usun, et arste häirib kehva disainiga koduleht sama palju. Isiklikult usun funktsionaalsesse disaini ja sestap peaks sündmuse koduleht olema eeskätt selge ülesehitusega ja arusaadavalt navigeeritav," arutles Randoja. Kindlasti tasub mõelda ka sellele, kas loodav koduleht võimaldab mugavalt erinevates meediavormingutes kokkuvõtvaid materjale avaldada ja jagada – failid, videod, fotogaleriid, külastajate tagasiside jne.

Efektiivsust saab ja tasub mõõta. Arvamusfestivali korraldajad peavad efektiivsuse puhul oluliseks, et koduleht oleks otsimootorites hästi leitav ja kasutavad selleks nii Google Analyticsit kui SEOd. "Analüüsime tulemusi ning püstitame vastavalt neile pidevalt uusi eesmärke. Näiteks oleme kõvasti parandanud *bounce rate*'i – 2014. aastal *vs.* 2015. aastal lausa 25%. Kolm aastat sama teemaga tegelenna on mul väga hea võimalus näha tulemusi – et ühel aastal teadmiseks võetud statistika ning järgmiseks aastaks tehtud arendusplaan annavad nii suure arenguhüppe," arutles Melioranski.

FIRMAPIDU 22. aprill 2016
toimetaja Signe Sillasoo, tel 667 0218, e-post signe.sillasoo@aripaev.ee

DETAILID

Elu lihtsustajad antiikajast ja tulevikust

Firmaüritused saavad kokku sadadest väikestest pisiasjadest – lisaks külalislahkusele ja sündmuse kavale mängib elamuse loomisel rolli ka näiteks muusika ja helikvaliteet.

Sündmusekorraldaja mahuka töö hõlbustamiseks luuakse juurde järjest uusi, kiiremaid, efektiivsemaid ja tähelapanu tõmbavamaid seadmeid – välisündmuse korraldamisel võib appi võtta näiteks kohverkõlarid või kaasaskantava espressomasina, pidulikumale vastuvõtule sobivad paremini põneva vormiga joogiklaasid ja 3D-prinditud käekott. Futuristlikku stiilipidu ilmestavad aga kindlasti kosmoselaeva meenutavad muusikamasinad.

SIGNE SILLASOO

Vinüülimängijate teine tulemine
Vinüülimängijast kostuva krõpsuva, maheda ja sügava heli armastajad võivad rõõmustada – ATMO SFERA eirab kõiki aegunud, juba pea sada aastat vanu disainlahendusi. Itaalia firma AUDIO DEVA disainerite ja inseneride loodud uus mängija on väike, kompaktne ja kerge. Ära on jäänud ka varasemate vinüülimängijate justkui kõige olulisem osa – keerlev alus, kuhu vinüülplaat mängimiseks peale asetatakse. Kel huvi, saab toote laiema hulga muusikasõpradeni jõudmiseks toetada projekti praegu ka Kickstarteris.
www.audiodeva.com ja www.kickstarter.com

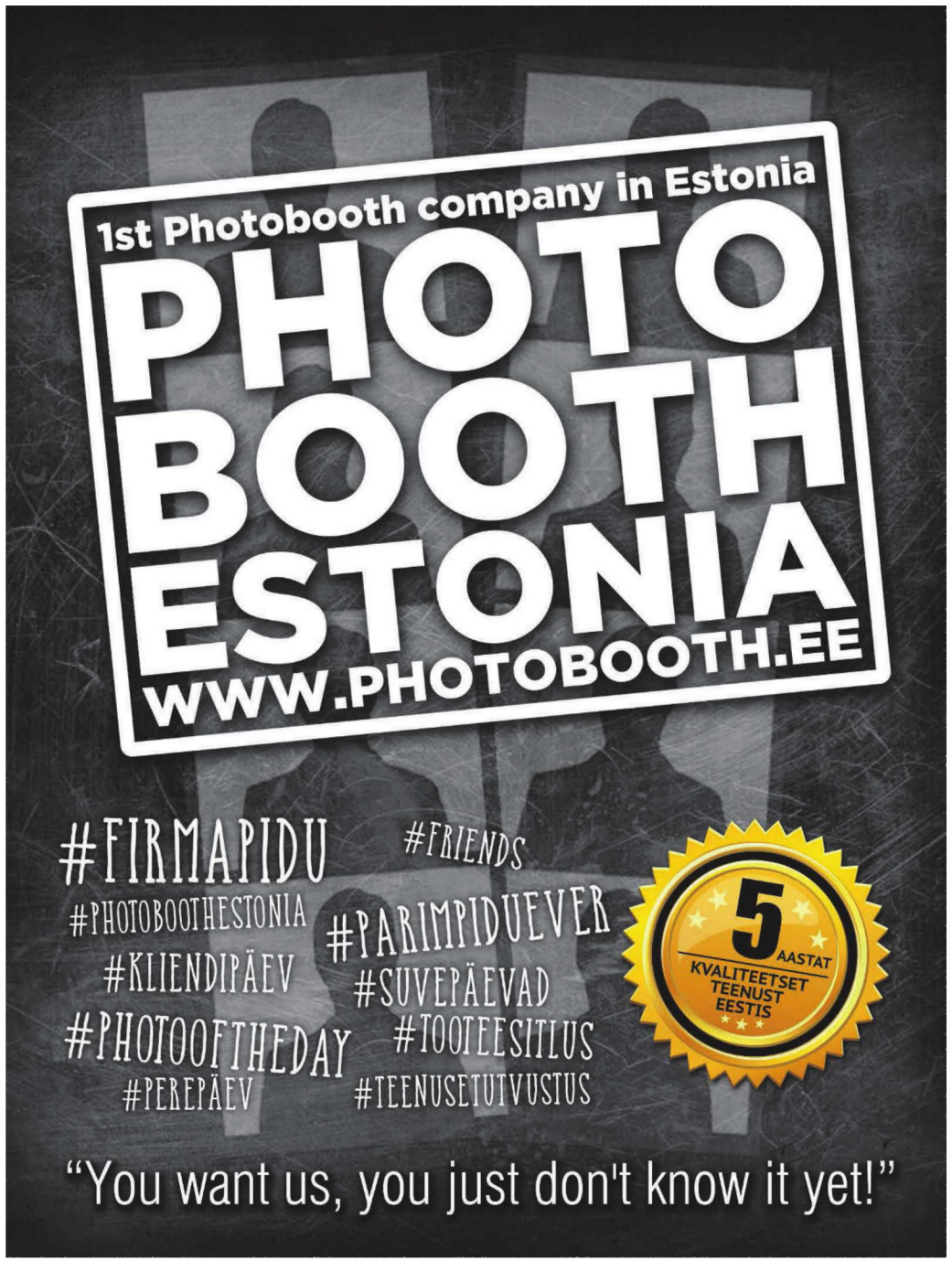
Lihtsa välimuse taha peidetud iludused
Disainer Alissia Melka Teichroewi loodud šampanjaklaasid Inside Out sobivad kaunistama nii firmasündmuse vastuvõtulauda kui lihtsat kodust pidu. Neil on kõige tavalisema veeklaasi väline vorm, klaasi joogiga täites tekib selle sisse aga šampanjaklaasi siluett. Joogiklaasid on valmistatud vastupidavast boorsilikaatklaasist. Nõudepesumasinas pesemist nad ei karda.
www.momastore.org

Espresso metsa vahel
Õuekeskkonnas firmaüritust pidades on variant kodus endale lonks kohvi termosega kaasa teha või siis kasutada kaasaskantavat espressomasinat Handpresso Auto E.S.E. Nii ei jää ükski kohvipaus pidamata. Masinat on kerge kasutada – see tuleb täita vee ja meelepärase kohvikapsliga, seejärel auto sigaretisüütajasse ühendada, nuppu vajutada ja *voilà*, ongi kohv valmis. Masin kaalub 880 g, mahutab korraga 53 ml vett ja on 22 cm kõrge.
www.handpresso.com

Muusikamasinad ulmemaailmast
Šveitsi kellatootja MB&F on lisaks käekellade loomisele tuntud ka muude põnevate disaintoodete valmistamise poolest – mullu tõid nad müüki näiteks Star Warsi filmist inspireeritud futuristlikud muusikamängijad. Viimased meenutavad kujult kosmoselaeva. Tegu on kolmest erinevast tootest koosneva seeriaga. Üks neist mängib näiteks filmide "Star Wars", "Mission Impossible", "James Bond", "The Persuaders" ja "The Godfather" tunnusmuusikat. Teisest mängijast kuuleb aga John Lennoni, Pink Floyd'i ja Deep Purple'i muusikat. Mõnel stiilipeol absoluutselt asendamatud kaaslased.
www.mbandf.com

Valgusti Sokratese-eelsest ajast
Disainerid Luis H. Vicencio, Fabrizio Guarrasi ja Mattia Antonetti said lambi Panta Rei Light Cube loomisel inspiratsiooni Sokratese-eelsest ajast. Herakleitose mõtte-arendus "kõik on voolamises" andis meestele nii idee kui ka toote nime – Panta Rei. Lambi, mille sees valgus n-ö voolab, põlema lülitamiseks tuleb väike puidust kuubik asetada lambi ülaosas oleva sensori lähedale. Sisse lülitamata on tegu kauni puust skulptuuriga.
www.behance.net

3D-käekotiga pilke püüdma
Itaalia aksessuaaride bränd Maison 203 on toonud müügile 3D-prinditud naiste käekoti Ivy, mille disaineriks on Odo Fioravanti. Koti välimus on saanud inspiratsiooni lopsakatest troopilistest lilleõitest. Koti kahekümnetahuline struktuur põhineb jalgpalli kujul. Ivy prinditakse nailonist ja värvitakse hiljem käsitisi üle. Kott on saadaval erinevates värvitoonides – kreemikasvalge, helesinine, veinipunane ja tumeroheline.
www.maison203.com ja www.fioravanti.eu



Korralda oma firmapidu
kas või tuletorni tipus!
Lauluväljak
Broneeri ruumid siin: www.lauluvaljak.ee

SÜNDMUSED KOLLEEGIDEGA

Kuidas tuua särtsu töörutiini?

ANN VAINLO
pidupaev.ee ja seminariruum.eu toimetaja

Motivatsiooniüritus on mõiste, mis venib nagu kummipael. See ulatub sauna- ja jämmipidudest kuni tõsiste, meeskonnatööd parandavate sportlike treeninguteni. Kuidas enda meeskonna jaoks parim välja valida?

Ilmselt on sõltuvalt ajast ja kollektiivist kõik ülalmainitud võimalused omal ajal õigel kohal. Mida ette võtta kevadperioodil enda kollektiiviga, kui akud tühjad ja tööpõld tundub lõputu? Kust kohast leida helesinist tabletti, mis kolleegidel silmad taas särama panevad? Allpool on valik tegevustest ja kohtadest Eestimaal nii adrenaliinihulludele, kultuurilembestele kui ka vaikselt nokitseda ihkajatele.

KÕIKJAL EESTIS

Meeskonnamäng No Easy Day. Parim kommunikatsiooniprobleeme lahendav meeskonnamäng, mis tugineb reaalsele elule. Selle meeskonnamänguga on saadud hästi suhtlema näiteks sellised firma kriitilised üksused nagu müük ja tootmine. Ehk teisisõnu, paaritunnise mängu jooksul hakkavad isegi kõige kinnisemad eestlased ladusalt suhtlema!
www.360.ee

Kuuba stiilis Ladina-Ameerika pidu. Pidu koos sigarirullimise, kokteilikoolituse ja mõnusa salsatantsuga toob ladinaameeriklastele omast rõõmu ka kõige väsinumasse eestimaalasesse.
www.latinopartymaker.com

Spiooni Akadeemia seltskonnale. Seltskonnamängude meeskond tuleb kohale sinna, kuhu vaja ja organiseerib sobiva seltskonnamänguga päeva või õhtupooliku, olgu selleks siis Dream Team või Spiooni Akadeemia. Rollimängud aitavad kiiresti tavakeskkonnast väljuda, sest juba riietust valides algab sündmuse meeleollu sulandumine.
www.seltskonnamangud.ee

Toiduakadeemia ühiskokkamised. Ühisel söögivalmistamisel ei jää keegi kõrvaltvaatajaks – kõik saavad roogade valmistamisel kaasa lüüa. Soovi korral pakutakse ka meeleolukat võistluse formaati. Grill, BBQ, Aasia köök – need on mõned valdkonnad, kus kätt saab proovida. Kokkamist korraldatakse nii 15 kui vajadusel ka 100 inimesele.
http://toiduakadeemia.ee

PÕHJA-EESTI

Adrenaliin ralliauto roolis. LaitseRallyPark tundub esmapilgul olevat justkui meestele ja poistele suunatud. Samas on märgatud, et naised teevad vahel rallirajal hullemaidki trikke. Rääkimata võimalusest nautida rallisõitu tõelise rallitaja kõrval – hea võimalus usaldust proovile panna?!
www.laitserallypark.ee

Meeskondade õhku lennutaja. Lennusadamast tõusid kunagi lendu lennukid. Nüüd aga teevad Lennusadama töötajad kõik selleks, et ka meeskonnad lendu tõuseksid, olgu selleks meeskonnamäng "Jäämurdja kaaperdamine", muuseumi ekspositsiooni nautimine või hoopis arhitektuurse ime, st keskkonna nautimine.
http://lennusadam.eu

Eestimaa Hollywood. Sagadi mõisa Viinakeldri võlu ja valu, Eestimaa Hollywood või õine metsaretk on vaid mõned näited pakutavast vaba aja programmist. Neid saab edukalt ühildada koolitusega ja lõpetada stiilipeo või piduliku õhtusöögiga Sagadi härrastemajas.
http://sagadi.ee

Töötajat poputav spaapakett. Viimsi SPA on kokku pannud motiveeritud töötaja spaapaketi, et meeskondadele taas sära silma tuua. Nautida saab klassikalisi vee- ja saunamõnusid, massaaži ja mõnusat einet. Päeva võib ühildada koosolekuga vabamas õhkkonnas.
www.spatallinn.ee

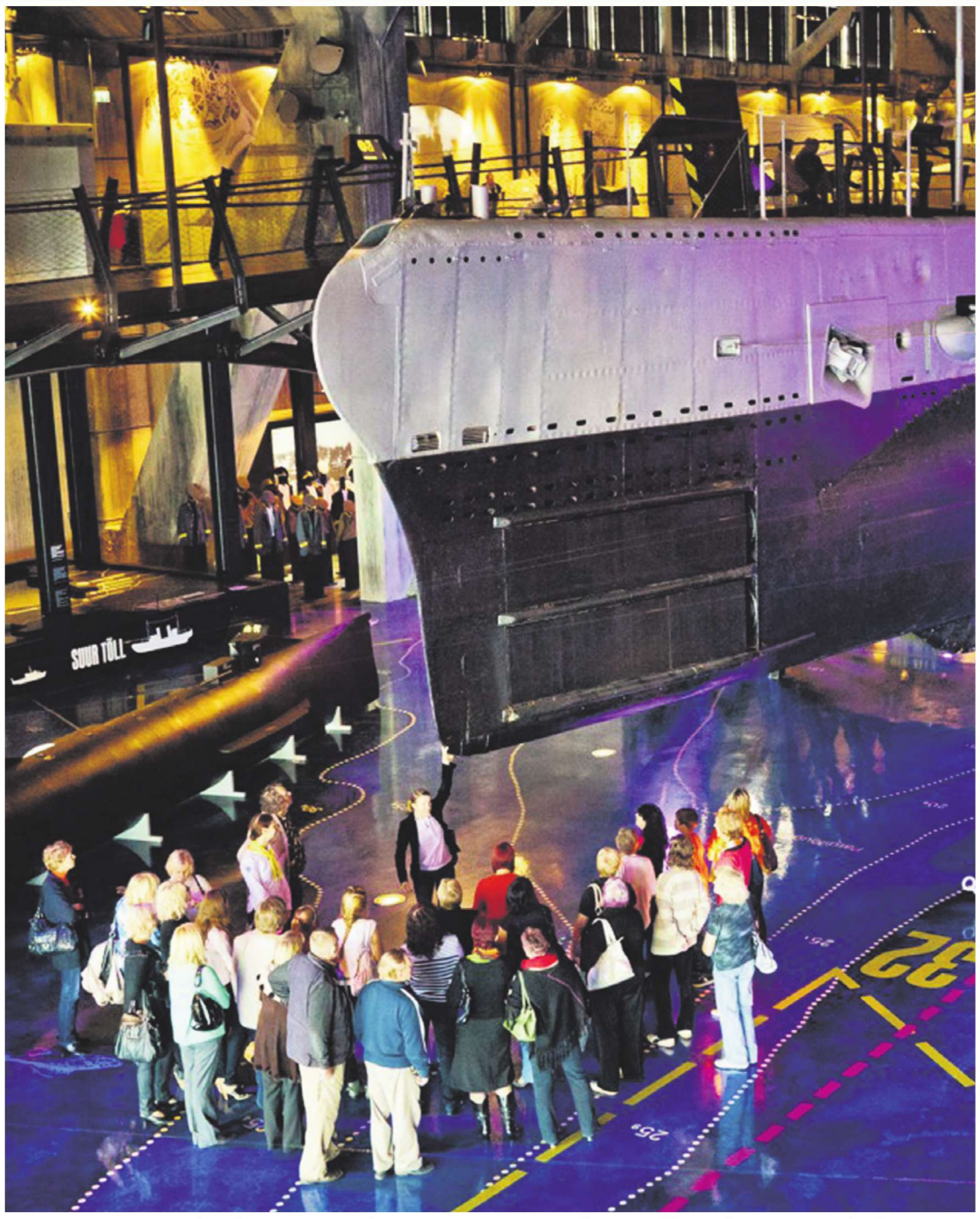
IDA-EESTI

Ajaloohõnguline seminar. Teist nii põneva ajalooga kohta nagu Narva linnus on raske leida. Praeguseks on Narva linnus lisaks ajaloolisele pärandile ka mõnus seminarikoht, kus peale tööpäeva on võimalik põnevaid ajaloolisi tegevusi ette võtta. Kellelgi konti ei murra ja igav ka ei hakka.
www.narvamuuseum.ee

LÕUNA-EESTI

Tasakaal loodusest. Loodusturism.ee abil saab avastada loodust kas suurvee ajal kärestikumatkal või hoopis tõukerattaga linnatuuril. Kindel on see, et elamus on vinge! Kuna oleme eelkõige looduslikud olendid ja alles seejärel sotsiaalsed, siis selline motivatsioonipäev aitab olulist tasakaalu saavutada.
www.loodusturism.ee

Nõiariik Lõuna-Eestis. Teid ootab maailma kõige väiksem ja erilisem riik – Võrumaal Uhtjärve Ürgorus asuv Nõiariiki. Sealt leiab mitmed võimalusi seminaride ja meeleolukate pidude korraldami-



LENNUSADAMAS on võimalik võtta kolleegidega osa meeskonnamängust "Jäämurdja kaaperdamine".

PAREMAT meeskonnatööd on võimalik harjutada näiteks kokates. Toiduakadeemia pakub võimalust korraldada nii 15 kui soovi korral ka 100 inimesele toidukoolitust. Kel soovi, neile pakutakse ka meeleolukat võistlusformaati. FOTOD: PIDUPAEV.EE

Tugevam meeskond läbi ühiste tegevuste

Ühised tegevused liidavad meeskonda – aitavad parandada firmasiseseid suhteid ja kommunikatsiooni ning annavad ka uusi teadmisi.

AS Ehitustrust, mis pakub klientidele ehitusteenust ja projektijuhtimist, käis meeskonnaga No Easy Day meeskonnamängu mängimas. Firma büroojuhi Kaili Kallastu sõnul läks kõik hästi. "Kõigil oli lõbus ja arutamist jätkus mõneks ajaks. Paar päeva pärast mängu kuulsin juhte meie suhtlemisoskusest rääkimas ja analüüsimas, kuidas seda veelgi parandada. Seega täitis mäng igati oma eesmärki," sõnas ta.

Ka AS Klaasimeister jäi enda meeskonnale pakutud ühistegevustega suvepäevade käigus rahule. "Nagu AS Klaasimeisteris kombeks, jääb meil alati suvepäevade organiseerimine viimasele minutile, nii ka eelmisel suvel. Õnneks leidis meid latinopartymaker.com. Lühikese ajaga leiti peopaik ja kõik sai imeväel organiseeritud. Kogu kamp sai segada kokteile ja keerutada sigareid, kätt proovida trummide ja kõristitega," rääkis Raina Hanimägi, AS Klaasimeistri büroojuht.

↑**ADRENALIINISÕLTLASTELE** pakub LaitseRallyPark võimalust lisaks ise sõitmisele rallitada ka kogenud rallipiloodi kõrval.

←**SAGADI** mõis pakub võimalust osaleda meeskonnaga nii öisel metsaretkel kui päevasel päikeseretkel.

seks. Kes siis Walpurgi ööd ei teaks!? Nõiaköök hoolitseb maitsva ja vitamiinidest pakatava kõhutäie eest – kevadel on loodusest ju palju võtta! Ka on olemas peavari, kus nautida kosutavat und.
http://noiariik.ee

Pidu ratastel ehk rulluisudisko. Kas te rulluiskudel olete sõitnud? Aga rulluisudiskol osalenud? Ei ole? Siis tasub ette võtta motivatsioonipäev Skatetown rulluisukeskuses Tartus, kus õpetatakse rulluisutama igaüks. Seal saab lõõgastuda ja proovida asjatundja juhendusel uut spordiala või lihvida olemasolevat oskust. Enne seda on võimalus koolitust korraldada või seminari pidada põnevas keskkonnas – vana trükikoja ruumides Tartus.
www.skatetown.ee

Kolleegidega veele. Tartu ja Tallinna vahele Viljandimaale jääva Vanaõue Puhkekeskuse asukoht võimaldab korraldada üritust, kust tulijaid nii Lõunakui Põhja-Eestist. Võimalus kanuuga sõita, kala püüda, matkata või meeskonnamänge mängida.
www.vanaoue.ee

LÄÄNE-EESTI

Võimalused käsitöölembelistele. Angla Pärandkultuurikeskus Saaremaa kadakate ja tuulikute vahel ootab arendama erinevaid käsitööoskusi – käsitööd jagub alates sepiste valmistamisest kuni leiva küpsetamiseni.
www.anglatuulik.eu

Elamused nii maalt kui veest. Klaara-Manni Puhkekeskuses Pärnumaal on võimalus seigelda nii maa peal kui vees – koht asub Pärnu jõe kaldal. Võimalik on ratsutada, proovida vibulaskmist või minna hoopis kanuudega kulgema. Päevamuljed ja maailmaasjad saavad paika loksutatud saunalaval.
www.klaaramanni.ee

Kajakisõidust paadirallini. Pärnumaal asuv Paatsalu Puhkekeskus ootab külalisi sadamas. Seetõttu saab ette võtta erinevaid tegevusi merel, alates kajakisõidust kuni paadirallini või maismaal alates sõjamängudest kuni lendtaldriku golfini.
www.paatsalupuhkekeskus.ee

Ä Loe lisaks
Põnevaid ideid meeskonnasündmuste korraldamiseks leiad
www.pidupaev.ee

Ä Tasub teada
Mitterahaline motiveerimine kohtunikumeetodil

K – kaasamine otsustus- ja tööprotsessidesse – kaasamise eesmärk on tekitada töötajates tunne, nagu nad oleksid ettevõtte äripartnerid (omanikud), mitte lihtsalt palgatöötajad.
O – ootuste ja eesmärkide sõnastamine – täpne eesmärk võimaldab jõuvarusid adekvaatselt hinnata ja optimeerida.
H – hooliv suhtumine – hoolivus suurendab töötajate pühendumust tööle, sest kõik inimesed soovivad olla väärtustatud. See avaldab otsest mõju ka nende lojaalsusele.
T – tagasiside andmine – kiire ja asjakohane tagasiside aitab töötajatel suunata tähelepanu tegevusele, mis on oluline ja kõige suurema mõjuga lõpptulemusele.
U – usaldusväärse keskkonna kujundamine – usaldusväärne keskkond tagab info vaba liikumise ja võimaluse tööle pühenduda.
N – naeratus ja positiivne suhtlemine – rõõmsameelsete inimestega on hea koos töötada, sest nad on koostööaltimad, tunduvad usaldusväärsemad ja kõikidele meeldib selliste inimeste juures olla, sest nad sütitavad teisi.
I – innustamine ja julgustamine – õigus otsustada ja vastutada on üldjuhul kõige olulisem mittemateriaalne motivaator.
K – kiitmine ja tunnustamine – kui juht ei väärtusta ega tunnusta töötajaid, on töö juures väga keeruline end hästi tunda. Ka hea palk ja regulaarsed üritused ei asenda tunnustamist ja väärtustamist.

ALLIKAS: "JUHI KÄSIRAAMAT", ÄRIPÄEV

ENNE laulupidu läbisid kõik turvameeskonna liikmed külalislahkuse koolituse laulukaare all.

TUGITEENUS

Turvapartner aitab ürituse mainet luua

ESME KASSAK
G4S Eesti kommunikatsioonispetsialis

Üritusi kavandades on peamine tähelepanu suunatud sisule, kuid teiste sündmustega võisteldes võivad külastaja jaoks kaalukeeleks osutuda hoopis pealtnäha väikesed asjad. Näiteks turvalisus - see võib tähendada lisaväärtust, kuid ka korra tagamist.

Üritust korraldades mõlgub organiseerijail meeles ikka parim – pakkuda tipptasemel elamust. Turvapartneri leidmine võib mõnegi väiksema või värskema ürituse tegijale tunduda sama tüütu kohustus, nagu pangale meelepärase kindlustuslepingu sõlmimine. Kuid kas üritusel turvalisuse tagamine on ikka pelgalt üks rida korraldamisloa saamiseks?

G4S Eestil on aastatepikkune kogemus eri tüüpi ja mitmekesise publikuga ürituste turvamisel. Kommunikatsiooniosakonna seisukohast on loomulikult suured lemmikud sellised sündmused nagu Viljandi Pärimusmuusika Festival või üldlaulupidu, mis toovad alati kaasa positiivseid emotsioone ja kajastusi, kuid ka sellised meeliülendavad üritused tõmbavad ligi erinevate kavatsustega inimesi.

Ühtne meeskond. Turvaettevõtte lennundusosakonna juhataja ametit pidav suurürituste turvajuht Kristjan Saarik, kelle sündmustepagasisse kuuluvad näiteks Harley Davidsoni fännide kokkutulek ja XXVI laulupidu, märgib, et mida rahvarohkemaks üritus muutub, seda enam tuleb mõelda turvalisuse eri tahkude peale.

Kristjani sõnul algab turvalisuse tagamiseks eeltöö juba tükk aega varem: koostatakse turvaplaan ning määratakse kindlaks, kuidas hakkab toimuma ürituse korraldajaga suhtlemine ja asjaajamine. "Kergemalt saab hingata alles siis, kui üritus juba käib ja on näha, et kõik toimib plaanipäraselt. Eelduseks on piisav ettevalmistus, mis tähendab arvukalt koosolekuid ja koolitusi." Kõige selle tulemuseks on Kristjani sõnul meeskond, kes käib ühte jalga.

Nagu terekäsi koduuksel. Kõige olulisem turvameeskonnale seatud eesmärk on tagada külastajate ohutus, kuid tähtis on ka see, kuidas seda tehakse – kuidas antakse teada võimalikest eksimustest ning kuidas lahendatakse olukordi. Mullu korraldas G4S esimest korda kampaania "Märka turvateenindajat!", mille peamine sõnum oli, et seni eelkõige korrakaitsega seotud valdkonnas on teenindus ja hea suhtlus muutunud üha tähtsamaks. Samamoodi on ürituse turvapartner korraga selle silmadkõrvad ja visiitkaart.

Kultuurisündmusele kutsub ennekõike esineja ehk ürituse sisu, ent kõige esimesena tervitab uksel või väravas külalist just turvatöötaja. Viimane on ka see, kelle poole külaline oma küsimustega ürituse kulgedes pöördub. Seetõttu on väga oluline, millise tausta ja meelestatusega inimesed on seda terekätt ja juhiseid andmas. "Mida varem saame üritusest teada ning jõuame korraldajaga kokkuleppele, seda laiem on ka meie valik. Isegi pealtnäha väga rahumeelsel festivalil on oluline, et kohal oleksid oma ala asjatundjad. Näiteks tunnevad kaubanduse taustaga turvatöötajad rahvarohkel üritusel juba kaugelt ära võimalikud pikanäpumehed," jutustas Kristjan Saarik.

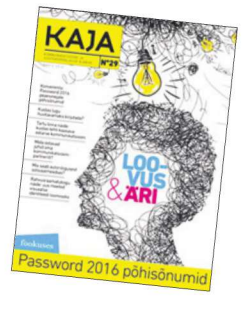
> **Kergemalt saab hingata alles siis, kui üritus juba käib ja on näha, et kõik toimib plaanipäraselt. Eelduseks on piisav ettevalmistus, mis tähendab arvukalt koosolekuid ja koolitusi.**
>
> **Kristjan Saarik, G4S lennundusosakonna juhataja**

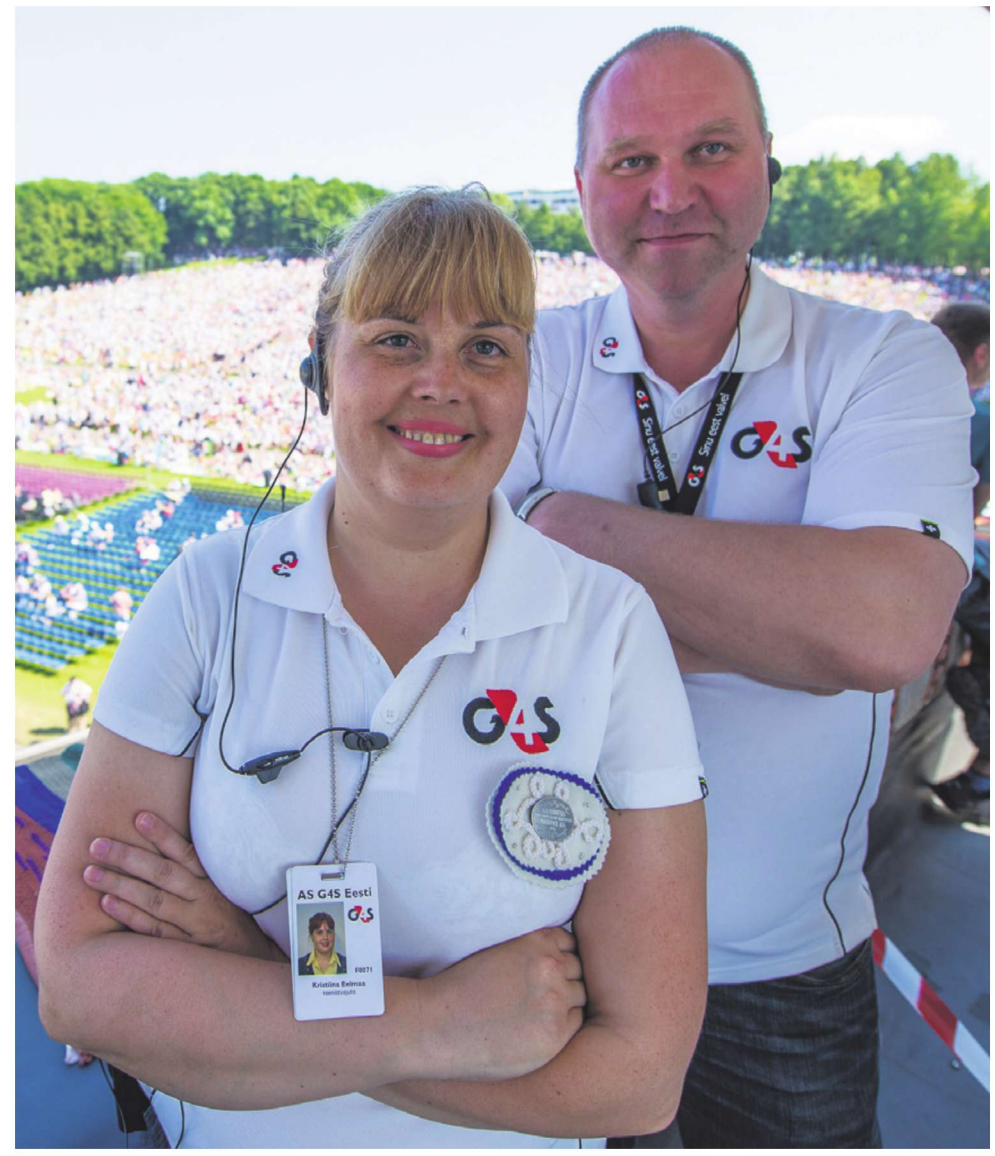
Tasub teada
Sisekorraeeskirjad on kõigile

Võimaluse korral võiks turvapartneril olla info ürituse kohta 4-5 kuud varem, et oleks aega komplekteerida sellele ürituse kõige paremini sobituvat turvameeskonda.
Ürituse sisekorraeeskirjad kehtivad kõigile, nii külastajale, korraldajale kui ka teistele partneritele, nagu näiteks müüjad.
Ohutuskoolitus enamikule aktiivsetele ürituse osalistele tagab turvalisuse ja annab teadmise, kuidas keerukates olukordades reageerida.
Sisekorraeeskirjad võivad olla hästi paigas, aga kui sündmuse külastaja ei tea neist, siis võib tööd ainult juurde tulla. Seega on vaja teavitada mõningatel puhkudel ka sündmuse külastajaid.
ALLIKAS: G4S

Loe lisaks

Artikkel ilmus ajakirjas Kaja. Loe lisaks, miks Youtube'i reklaamis on agressiivne müük kohatu või kuidas kujundatakse inimeste toitumisharjumusi.
www.bestmarketing.ee/kaja





KRISTIINA Eelmaa ja Kristjan Saarik tegelevad suurürituste turvalisuse tagamisega. Nende tööülesannete hulka on kuulnud ka üldlaulupeol turvateenuse pakkumine. FOTOD: G4S

Varajane planeerimine toob edu. Asjatundlik ja üritusest huvituv turvatöötaja ei paku mitte üksnes professionaalset teenust, vaid panustab ka ürituse mainesse. Kristjaniga peaaegu sama staažikas suurürituste turvalisuse korraldaja, G4Si teenistusjuht Kristiina Eelmaa sõnul on ürituse õnnestumisel väga tähtis tahe seda tööd teha.

Ükskõik milline on ürituse sisu ja formaat, alati tuleb jääda professionaalseks ning osata appi tõtata ka olukordades, kus asjad ei toimi nii, nagu külastajatele välja lubatud. Kristiina toob näiteks ühe kultuuri tippsündmuse, kus oli lubatud vaheajal tervitusjooki pakkuda, kuid seda ei tehtud. "Andsime sellest kohe korraldajale teada ja panime neile südamele, et see jook tuleb kas või maa alt leida," jutustas Kristiina tagantjärele poolnaljaga sellest ebamugavust tekitanud olukorrast. Järgmiseks vaheajaks oli jook kohal ja hiljem tänas ürituse korraldaja tähelepanelikku partnerit veel eraldi.

Turvavaldkond muutub. Turvapartneri varane kaasamine ürituse korraldamisse ei ole tähtis üksnes selle inimese pärast, kes satub uksel külastajat tervitama (see on pigem meeldiv lisaväärtus), vaid paljuski ka selleks, et potentsiaalne partner saaks õigel ajal anda hüva nõu. Kui pikka aega on turvavaldkonnaga seostatud eelkõige mehitatud valvet, siis järjest tähtsamaks on muutunud turvatöötaja moodsad abivahendid, mis sõna otseses mõttes on käepikenduseks ja silmavaate avardamiseks.

See kõik eeldab hästi läbimõeldud kliendikommunikatsiooni, kus tuleb arvestada teenuse tellija ehk korraldaja eelistusi ja harjumusi, mis tulenevad osaliselt täiesti erinevast organisatsioonikultuurist. Kui suhtlus piirdub üksnes lakooniliste kalkulatsioonide tegemisega, siis pole imestada, kui tehing katki jääb. "Kliendiga suhtlus peab toimuma aasta ringi, nii saame teda varakult uuendustega kurssi viia ja pakkuda oma soovitusi, seda ka varasematele kogemustele tuginedes samal üritusel," lausus Saarik.

SUVEPÄEVAD
VALMA
Seikluspargis

Mõnus varakevadine päike on kindel märk sellest, et viimane aeg on hakata mõtlema küsimuste peale – kas, kus ja milliseid suvepäevi sel aastal oma ettevõttes korraldada.

Loomulikult oleks ettevõtte eelarvele kasulik suvepäevad ära jätta ja lihtsalt tööd edasi teha, ära jääksid mitmed mured, kust leida sobivat paika, mida seekord töötajatele pakkuda, milliseid põnevaid tegevusi tuleb välja nupu-tada. Kindel on see, et selline samm saadaks välja signaali: ettevõtte juhid ei viitsi töötajate heaks suurt midagi teha. Nii väheneks töötajate motiveeritus ja koostöövõime. Lõpptulemusena on tekitatud kahju märgatavalt suurem suvepäevade organiseerimise vaevast.

MIKS SUVEPÄEVI KORRALDADA?

Mitmed tööjõu uuringud kinnitavad, et ehkki inimestele on tähis saada töö eest väärilist tasu, ei peeta palka sugugi kõige määravamaks faktoriks. Rahast olulisemaks peetakse kaastöötajatega koos läbielatud emotsioone ja kogemusi. Just suvepäevadel saab läbi lõbusate ja õpetlike tegevuste töötajaid motiveerida ja ka tänada – suvepäevade korraldamine on üks parimaid viise tänada oma töötajaid tehtud töö eest.

Töö iseloom ja tööl käimise kultuur on viimastel aastatel oluliselt muutunud, nii pole haruldane, et mitmed kodukontoris töötavad inimesed pole oma kolleege mitte kunagi silmast silma kohanudki. Suvepäevad aitavad töötajatel vabamas õhusti-kus tuttavaks saada. See puudutab näiteks ka neid ettevõtteid, kus töötajad suhtlevad omavahel harva, sest asuvad Eesti eri regioonides.

Millised on head suvepäevad? Oluline on, et suvepäevad oleksid hästi korraldatud, samas mitte üleorganiseeritud. Tegemist on siiski suvise meelelahutusüritusega, kindlasti ei maksa sellest teha vaid koolitust või siis planeerida päevakava nii tihedaks, et osalejatele ei jää mitte sekunditki oma aega.

Kindlasti tuleks leida suvepäevadele tegevusi, millega inimesed igapäevaselt ei tegele, mis oleksid teistsugused, kaasahaaravad, looksid ühiseid emotsioone. Neid emotsioone saab hiljem, pimedal sügise-sel ajal kontoris hea sõnaga meenutada ja nii kõigi tuju tõsta.

Erinevaid võimalusi ja lahendusi suvepäevade elluviimiseks on palju. Alati võib julgelt küsida nõu spetsialistidelt ja nii pannakse kokku just ettevõtte nõudmistele, vajadustele ja soovidele sobiv programm. Kus suvepäevi pidada?

Valma Seikluspark on kompaktne koht suvepäevade, seminaride, koolituste ja meeskonnatreeningute läbiviimiseks.

Mis muudab Valma heaks suvepäevade paigaks? Esiteks suurepärane asukoht – Valma Seikluspark asub Kesk-Eestis Võrtsjärve kaldal Viljandi ja Tartu vahel, Viljandist 25 km Tartu suunal ja Tartust 55 km Viljandi suunal.

Keskus majutab kuni 110 inimest. Peale sisesaali on võimalik korraldada üritusi lavaga katusealusel väliterrassil kuni 150 külastajale. Seega ruumi jagub ka suuremale seltskonnale. Valma meeskond planeerib soovi korral kogu suvepäevade tegevuskava vastavalt kliendi nägemusele. Olemas on nii vajalik kogemus, inventar, toitlustusvõimalused kui ka tehnika – näiteks moodne esitlustehnikaga seminarisaal.

MIDA TEHA SAAB?

Valma Seikluspargi pluss on, et pakutakse meekonnatreeninguid, mis on kombineeritud seminari/konverentsi osast ning meeskondlikest aktiivsetest tegevustest looduses, kus luuakse põnevaid võistlusmomente. Nii saab edukalt siduda seminaritehnikaga varustatud sisesaalis toimuva ajugümnastika aktiivsete meeskonnategevustega looduses.

Seikluspargis saab korraldada meeskonnavõistlusi, selgitada lasketiirus välja parimad snaiprid, korraldada metsas ATVdega aardeotsinguid, võistelda golfis ja ka rahvusalal kiikingus, saab teada, kes on kollektiivi kiireim ülevõllikiikuja.

Loomulikult on keskuse südameks seikluspark, tegemist on Eesti pikimate laskumisliinide ning kõrgeima vaatetorniga seikluspargiga. Valma Seikluspark on omanäoline seetõttu, et see pole rajatud kõrghaljastuse külge nagu kõik teised Eesti pargid. See on tehismastidele projekteeritud rada, mille läbimine vajab nuputamist, tasakaalutunnetust ja julgust. Pargi kõige atraktiivsem osa on zip-line'i laskumise liinid, kus saab eri kõrgustel laskuda kokku 2 km ulatuses.

Puhkelaagri Seikluspargi tegevus ei piirdu vaid kõrgustes seiklemisega. Lisaks saab teha ATV matku. ATV-seiklusretked toimuvad Võrtsjärve-äärsetel aladel aasta ringi ja iga ilmaga. Neljaveolised ATV-d on võimsad, 400–700 m3 Suzukid. Metsas saab tegeleda paintball'iga. Külalised viiakse soovi korral Kalepurjekaga Võrtsjärvele. Olemas on suur saun, kuhu mahub korraga lavale 20 inimest ja sama palju ka terrassil olevasse mullivanni. Lisaks ujumistiik ning ujumisvõimalused Võrtsjärves, samuti grillimis- ja lõkkeplatsid.

Spordisõpradele on rajatud täismõõtmetes korvpalliplats, korraldatakse Seg-way sõite ning mõeldud on ka pisemate külaliste peale – lastele on palju põnevat turnimist ja tegevusi. Õhtu saabudes rõõmustab kindlasti paljusid suveöine pidu, soovi korral avab uksed võimsa heli- ja valgustehnikaga ööklubi.

Külastajate seas on kõrgelt hinnatud Valma Seikluspargi pakutav toitlustus – kellele ei meeldiks 8 tundi nõrgal tulel küpsetatud BBQ-ga või Võrtsjärve suitsukala? Neile aga, kes tahavad midagi eriti meeldejäävat, on loodud võimalus tellida oma suveüritusele huvilendudeks helikopter.

VALMA SEIKLUSPARK
PEETRIMÕISA VILLA OÜ
Viljandi vald, Valma küla
Tel 50 36 906
Lisainfo kodulehelt
www.valma.ee

Kuidas valida seminari- või koolitusruumi?

SÜNDMUSE jaoks ruumi otsides tasub rentijalt uurida ruumi tehniliste võimaluste, abiruumide, WIFI-olemasolu, parkimise ja ühistranspordiga kohale saamise, majutus- ja *catering*-võimaluste kohta. FOTO: EIKO KINK

ANN VAINLO
pidupaev.ee ja seminariruum.ee toimetaja

Kõige parem on seminariks, koolituseks ruumi valides seda eelnevalt vaatamas käia, kuid kui selleks mahti pole, siis aitab ka põhiküsimustele vastuste saamine üldpildi ette saada.

Seminare, müügikoolitusi ja infopäevi organiseerides olen kokku puutunud erinevate õpetlike olukordadega. Saanud suurepäraste tingimustega ruumi, kuid hiljem nentinud õhupuudust ning teineteisega võidu haigutavaid inimesi. Järgmine kord aga hakkas *catering* nõudega tegelema parajasti siis, kui laval käis ürituse olulisim ettekanne. Kuidas siis hoida üritust kontrolli all ning olla kindel, et eespool välja toodud apsakad sinu korraldatud seminaril ei juhtu? Kõrval esitatud küsimustikule vastuste leidmine peaks neid vigu vältida aitama.

Ä Küsimustik

Küsimused, mis aitavad leida sündmuse jaoks sobivat ruumi

Kui palju inimesi osaleb (+/-, alati arvesta väikese varuga. Samas pea silmas, et ka liiga suur ruum ei anna seminarile väärtust)?
Kus sündmus toimub? Mis linnas, maapiirkonnas?
Milline on seminari ajakava? Mitu kohvipausi on kavas? Kas toimub lõuna- ja õhtusöök?
Millises stiilis on ruumipaigutus?
Millised on ruumis toolid? Pehmed või kõvad istmed?
Kas töö toimub eraldi töögruppides? Mitut ruumi selleks on vaja? Kui suured need ruumid olema peavad?
Millised on tehnilised võimalused? Kas olemas on kuvaprojektor, ekraan, suuremate seltskondade puhul mikrofon – kõlarid, ruumi pimendamiseks kardinad, konditsioneer, küttesüsteemid, ruumi õhutamisvõimalused?
Kas olemas on *catering*'i ruumid, ettevalmistusruumid või *catering*'i pakkumiseks ruumid?
Kas ja kui palju on tualette? Kus need asuvad?
Millised on parkimistingimused (tasulise parkimise puhul annab vahel välja kaubelda seminarist osavõtjatele tasuta parkimist – küsi!)?
Millised on võimalused saada sündmusele ühistranspordiga?
Kas ruumi rentija poolt on olemas abistav personal või vähemalt kontaktisik?
Kui varakult tuleb ruumid broneerida? Kas on võimalik ruumi kasutada tund enne ja tund pärast üritust? Suurematel üritustel tasub teha heli- ja videoproov. Võimalusel broneeri ruum sel juhul isegi terveks päevaks.
Kas on olemas tehniline tugi – printimisvõimalused, paljundamisvõimalused?
Kas ruumis on olemas WIFI? Millise kiirusega?
Milliseid lisategevusi on võimalik peale seminari teha? Väga hea on pärast seminari mõne meeskondliku tegevusega tegeleda, et päeva jooksul õpitut paremini kinnistada.
Millised on majutusvõimalused?

Eesti tippinterpreetide saatel läbi kevade

Päike paistab iga päevaga aina kõrgemalt ja kevad poeb üha enam meie kõigi sisse. Ka Eesti interpreedid on ennast viinud kevade lainele ning valmistuvad suure hoolega eelseisvateks kontsertideks, et tuua kuulajateni midagi ilusat ning meeliülendavat.

Käimasoleva kuu lõpus, täpsemalt 28. aprillil kõlavad Mustpeade Majas meisterliku viiuldaja Sigrid Kuulmanni ning hiilgava pianisti Ralf Taali esituses kuulsa klassiku Ludwig van Beethoveni klaveri- ja viiulisonaadid. Sigrid ja Ralf, kes mõlemad on pälvinud mitmeid preemiaid, on koos ka varem Interpreetide Liidu kontserdisarja raames kuulajaid rõõmustanud ning saanud nii publikult kui ka muusikakriitikutelt kiitust.

Sama kavaga annavad nad kontserdi ka 23. aprillil Viinistul.

Rõõmustame kõiki emasid ja korraldame Estonia Kontserdisaalis koos Eesti Kontserdiga emadepäevakontserdi. Kauni klassikalise muusikaga teeme kummarduse kõikidele emadele ja väljendame oma tänulikkust nende ees. Kutsume kõiki sel päeval, 8. mail, oma emade, vanaemade ning vanavanaemadega ilusale kontserdile. Kauneid klaverikvintette esitavad pianist Lea Leiten, kes on hinnatud ansamblipartner ja pälvinud tunnustust rahvusvahelistel konkurssidel, ning Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri mängijatest koosnev keelpillikvartett Ardor koosseisus Arvo Leibur, Kadi Vilu, Rain Vilu ja Tõnu Jõesaar.

Kõigile, kes tulevad kontserdile koos perega, on meil eriline pakkumine – perepilet 30 €, mida on võimalik osta vaid eelmüügist. Pilet sisaldab pääset kahele täiskasvanule ja kahele kuni 17aastasele (k.a) sama pere lapsele. Kingi emale üks meeldejääv kontserdielamus koos oma lähedastega.

Enne suurt suve on Interpreetide Liidul toimumas Estonia Kontserdisaalis 10. mail kontsert, kus vene kuulsa helilooja Sergei Rahmaninovi klaveritriot alapealkirjaga "Eleegiline", mis on pühendatud Pjotr Tšaikovski mälestusele, ja Viini klassiku Wolfgang Amadeus Mozarti klaveritriot esitavad rahvusvahelise Esther Honensi nimelise konkursi laureaat, suurepärane pianist Marko Martin koos tšellist Aare Tammesalu ja viiuldaja Sigrid Kuulmanniga.

Hooaja lõpetavad meie noored talendid pianist Johan Randvere ja vioola mängija Johanna Vahermägi. Kontserdi teeb eriliseks see, et vioolat soolopillina kuuleb kontserdisaalides väga harva.

Sigrid Kuulmann, foto: Mait Jüriado

Johan Randvere, foto: Kaupo Kikkas

Ootame teid kõiki Eesti Interpreetide Liidu eelseisvatest kontsertidest osa saama. Rohkem infot leiab aadressilt www.interp

EESTI INTERPREETIDE LIIT
ASSOCIATION OF ESTONIAN PROFESSIONAL MUSICIANS

KOMMUNIKATSIOON

Tõlketeenus – erinevatest keeltest kokkupandav pusle

ANN VAINLO
pidupaev.ee ja seminariruum.eu toimetaja

Rahvusvahelisi sündmuseid korraldades või välisriigist esinejaid kaasates tuleb otsustada, milline on sündmuse töökeel – kas osalejad on valmis töötama ühes keeles või tuleb kasutada professionaalseid tõlke, kes kõneldu osadele kuulajatele teises keeles esitavad.

Mida tõlketeenust tellides silmas pidada, annab ülevaate Eesti ühe suurema ja mitmekesisema kogemustepagasiga vabakutseline konverentsitõlk ning staažikas tõlkide koolitaja ja suulise tõlke õppejõud Ülle Leis.

Kes on professionaalne tõlk? Professionaalset tõlki eristab keeleoskajast pakett, kuhu kuuluvad lisaks keeleoskusele veel tõlkeoskus ja kutse-eetika. Tõlk tõlgib alati minavormis, nagu kõneleja räägib ning kõike, mida öeldakse. Tõlk pole tõlgitava vestluse või ürituse saatejuht, direktor ega nõustaja.

Tõlk ei tohi kellelegi avaldada informatsiooni, mille ta on oma töö kaudu saanud. Tõlk peab tõlkides jätma kõrvale isikliku arvamuse, st näiteks suutma taimetoitlasena tõlkida veenvalt ja originaalitruult kirglikku ülistuslaulu liharoogadele.

Millised on suulise tõlke liigid? Sünkroontõlget teeb tõlk kõnelejaga samal ajal. Töö intensiivsuse tõttu vajab sünkroontõlge alati kahte tõlki, kes tõlgivad vaheldumisi spetsiaalse tehnikaga tõlgikabiinis, kust tõlge jõuab kuulajate kõrvaklappidesse. Sünkroontõlget võib teha ka kabiinita, nn sosintõlkena, mil tõlk istub kuulaja kõrval.

Järeltõlkes vahelduvad kõneleja jutt ja tõlgi tõlge. Seetõttu kahekordistub esinemise pikkus, millega tuleb ajaplaneerimisel arvestada. Tõlgitavate lõikude pikkus kujuneb kõneleja ja tõlgi kokkuleppel. Järeltõlget võidakse teha olenevalt töö pikkusest ja raskusest üksinda või kahekesi.

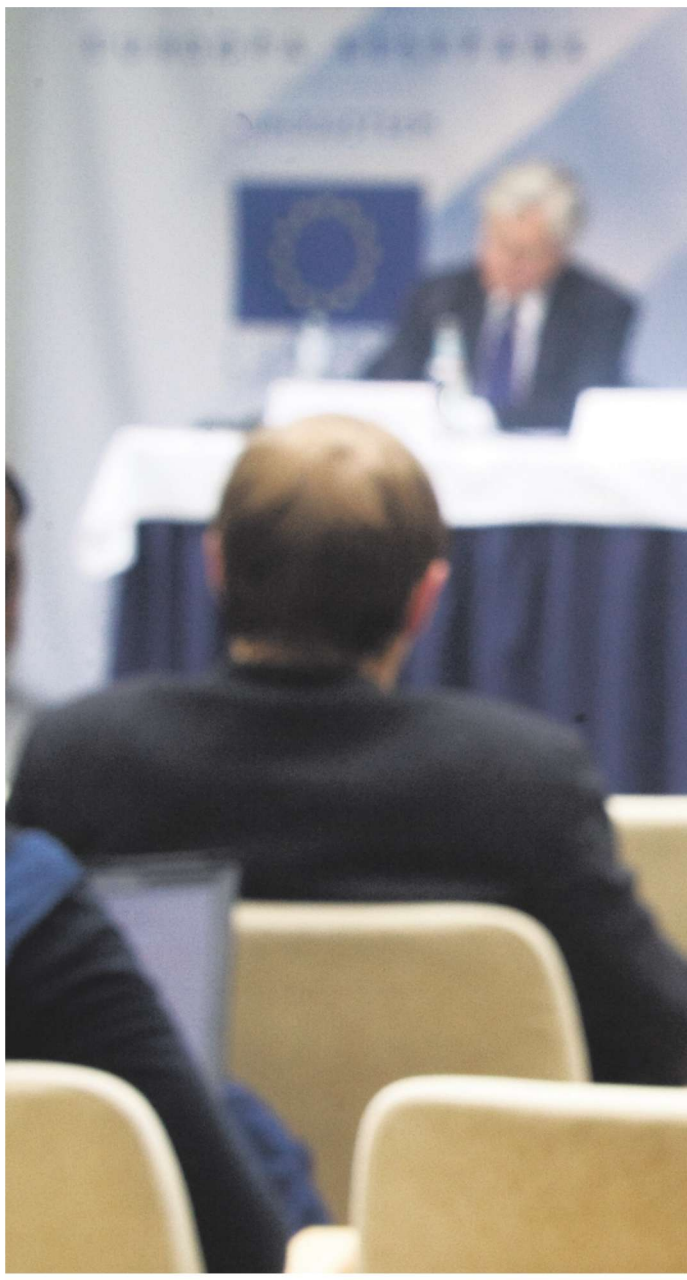
Suuline ja kirjalik tõlge on väga erinevad nii töö sisu kui vajalike oskuste poolest. Seetõttu ei saa sugugi eeldada, et inimene, kellelt olete tellinud kirjalikud tõlked, ka suulist tõlget teeb.

Mida on vaja teada tõlkide tellimisel? Tõlget saab hakata tellima, kui on teada sündmuse aeg, keeled, teema ning tõlkeliik (nt sünkoontõlge). Tõlgi tööaeg algab tõlkimisega ja lõppeb siis, kui tõlk tõlkimise lõpetab ning töökohast lahkub. Kui tõlget on vaja ajavahemikel 9.00–10.30 ja 11.30–13.00, siis on tööaega 4 tundi, sest tõlgil pole võimalik vaheajal teist üritust tõlkida.

Tõlk saab tõlkida vaid suhtlust, kus kasutatakse tema töökeeli. Kui koolitaja on saksakeelne ja kuulajaskond eestikeelne, siis on vastus lihtne – vaja on saksa-eesti tõlki.

Vahel ütleb aga kõneleja korraldajale, et ta teeb ettekande inglise keeles, aga küsimustele sooviks võib-olla vastata soome keeles. Sel juhul tuleb esinejatega kokku leppida, millistes keeltes kõneletakse. Nii väldite ebameeldivat üllatust ürituse ajal,

> **Vahel püütakse hinda soodsamaks kaubelda põhjendusega, et pole vaja kõike tõlkida. See aga on sama hea, kui palve juuksurile mitte väga korralikult juukseid lõigata.**
>
> **Ülle Leis, tõlk, tõlkide koolitaja ja tõlke õppejõud**



→SÜNDMUSEL kvaliteetse tõlketeenuse pakkumiseks külalistele on oluline lisaks hea heli tagamisele anda tõlgile enne sündmust ka kõik vajalikud ürituse ja ettekannetega seotud materjalid – ajakavad, esinejate nimed, tekstid, videod jm. FOTO: ANDRES HAABU

kui kõneleja hakkab ühtäkki rääkima "oma" keelt ning sellest keelest tõlkivat tõlki pole.

Tõlgid tõlgivad tavaliselt väga erinevaid teemasid, mis haruharva korduvad ning spetsialiseerumist eriti palju pole. Sellele vaatamata soovib tõlk alati enne jah-sõna andmist teemat teada, sest professionaalne tõlk võtab vastu vaid töö, mis on talle jõukohane ja milles ta suudab anda maksimaalse tulemuse.

Nii nagu paljude teiste teenuste puhul, soovib tellija ka tõlkes head hinna-kvaliteedi suhet. Kuidas seda määratleda ja ära tunda? Kvaliteet – veenduge, et palkate (professionaalse) tõlgi ning mitte end tõlgiks nimetava keeleoskaja. Tõlgilt võib küsida informatsiooni näiteks viimastel kuudel tõlgitud teemade kohta.

Hind – Mercedest Lada hinnaga ei saa ning hinnapakkumisi võrreldes tasub süüvida odava hinna tagamaadesse. Kas kasutatakse kahe asemel ühte tõlki, kuigi üksi töötav tõlk ei suuda tagada kvaliteeti?

Kui on leitud vahendid võrratu lektori palkamiseks, siis ei saa säästa tõlgi arvelt. Vahel püütakse hinda soodsamaks kaubelda põhjendusega, et pole vaja kõike tõlkida. See aga on sama hea, kui palve juuksurile mitte väga korralikult juukseid lõigata.

Millised tehnilised tingimused peavad olema sündmusel tõlgi kaasamiseks täidetud? Sünkroontõlge vajab lisaks tõlkidele tõlkekabiine. Üliloluline on heli ning nähtavus tõlgikabiinist. Tõlgil on vajalik vaade kabiinist saali, sest kui ta saab toimuvat jälgida vaid monitorist, võib olulist infot kaotsi minna.

Vajalik on ka korraldajapoolne kontaktisik, kes koordineerib tõlkega seonduvat. Kui ürituse ajal jagatakse täiendavat materjali, siis need tuleb tõlkidele toimetada enne vastava arutelu algust.

Milline on hea ja õnnestunud tõlketöö? Kokkuvõtteks võib öelda, et hea tõlge pole kunagi vaid tõlgi töövili – õnnestunud tõlke taga on sujuv koostöö tellija ja esineja(te)ga.

Korralduslikud vajakajäämised (tõlk ei saa vajalikku infot ja materjale, heli on ebakvaliteetne jms) võivad kukutada läbi lihtsamagi tõlke. Toimiva koostööga saab aga ka äärmiselt raskest tõlketööst teha kordaläinud päeva, mille lõpus on asjaosalised küll väsinud, kuid õnnelikud.

Ä Tasub teada
Mida peab arvestama tõlkega üritust korraldades?

Esinejatele tuleks teatada, et nende juttu tõlgitakse. Paljud soovivad sellega esinemist ette valmistades arvestada. Teiseks vajab tõlk taustmaterjali või ettekande teksti, mis peab laekuma piisavalt vara, et tõlk jõuaks sellega tutvuda.

Vilunud tõlki tunneb sellest, et tavaliselt on tal töö kohta palju küsimusi juba enne, kui ta ütleb, kas ta võtab tõlketöö vastu ning küsimustevool võib jätkuda ka ürituse-eelsel ajal. Poolnaljatamisi võib öelda, et professionaal "vaevab" tellijat enne üritust, amatöör tõlkides.

Tõlgi eriala on tõlkimine ja mitte valdkond, mida ta tõlgib. Seepärast valmistub tõlk igaks tõlkimiseks ning tutvub teema, ettekannete ja terminitega, olenemata sellest, kui kogenud ta on või kui "lihtne" on teema. Kvaliteetseks tõlkimiseks peab tõlgile edastama kogu info ja materjalid, mida osalejad saavad, kuulevad või näevad, ning neile lisaks ka taustinfo:

- päevakava, kõnetekstid, slaidid, jutupunktid
- kõnelejate või osalejate nimed ja ametikohad
- arutusele tulevad dokumendid
- esinejate tutvustused
- varasemate ürituste info, seadused, aruanded, uurimused jmt
- videod, mida näidatakse

Rohke terminoloogiaga ürituseks valmistudes võivad tõlgid vajada spetsialisti, kelle poole sisuliste küsimustega pöörduda. Väga spetsiifiline teema, milles rohkelt erialast terminoloogiat, võib nõuda nädalatepikkust valmistumist. Oluline on tõlgile anda ette tekstid, mida ette loetakse, sest tempo ja ebaloomulik kõnerütm võib muuta nende tõlkimise raskeks isegi juhul, kui tõlgil on tekst olemas. Tõlk tõlgib seda, mida räägitakse, mitte seda, mis kirjas.

ALLIKAS: ÜLLE LEIS

KUIDAS PAISTA SILMA

13 nippi, kuidas siduda üritusi sotsiaalmeediaga

SIGNE SILLASOO
erilehe toimetaja

Sotsiaalmeediakanalites olemine ei garanteeri enam ammu edu, sest inimese tähelepanu eest võitlevad seal tuhanded firmad. Et suures massi silma paista, tuleks keskkondade pakutavaid võimalusi nutikalt enda kasuks tööle panna.

Guy Kawasaki hinnangul, kes on veebipõhise disainitarkvara Canva eestkõneleja ning teinud koostööd ka Apple'i ja Google'iga, ei kasuta enamik organisatsioone sotsiaalmeediat oma ürituste nähtavuse ja väärtuse suurendamiseks.

Keskendutakse küll ürituse-eelsele reklaamile, et meelitada rohkem osavõtjaid, kuid ürituse käigus rakendatakse sotsiaalmeedia võimalusi ülimalt vähe, kui üldse.

Raamatus "Sotsiaalmeedia kunst. Näpunäiteid oskuslikuks kasutamiseks", mis kirjutatud Kawasakil kahasse sotsiaalmeedia strateegi Peg Fitzpatrickiga, pakuvad nad välja ideid, kuidas sotsiaalmeediat paremini enda firma ja sündmuste kasuks tööle panna. Siinkohal toomegi välja enam kui tosin nippi.

1. VALI LÜHIKE JA AEGUMATU TEEMAVIIDE

Mõned aastad tagasi korraldasid Guy Kawasaki ja Peg Fitzpatrick Motorola uue mudeli Moto X'i esitlusüritusi Mehhikos, Argentinas, Brasiilias, Peruus, Colombias ja Tšiilis. "Selle rändteatri käigus saime selgeks, kuidas sotsiaalmeediaga üritusi võimendada," selgitas Kawasaki. "Me võinuks valida teemaviite, nagu #MotoXBrasil2013, #MotoXMexico2013 või #MotoXPeru2013, aga nende elueaks oleks parimal juhul jäänud kolm päeva. Selle asemel valisime lühikese, lihtsa ja aegumatu teemaviite: #MotoX," selgitas ta. Eesmärk oli valida populaarsust koguv ja pidevalt nähtav teemaviide, viidaku see ürituse Brasiilias, Mehhikos, Peruus või hoopis uuele telereklaamile.

Teemaviite #MotoX puhul tekkis ainsana küsimus unikaalsuses, sest sama terminit kasutatakse ka motokrossi kontekstis. "Ent kui ma peaksin valima lühikese ja unikaalse teemaviite vahel, valiksin (ja ka valisin) iga kell lühikese ning lepiksin sellega, et mõnd inimest võib see eksitada."

Ä Loe lisaks
"Sotsiaalmeedia kunst. Näpunäiteid oskuslikuks kasutamiseks"

Autorid: Peg Fitzpatrick ja Guy Kawasaki
Ilmumisaasta: 2015
Kirjastus: Äripäev
http://raamatuklubi.aripaev.ee

2. KASUTA TEEMAVIIDET KÕIKJAL

Alusta teemaviite kasutamist esimesest hetkest, mil üritust reklaamima hakkad. See peab olema veebilehel, kõikides reklaamides ja meiliallkirjas. Kui su ürituse on paberkava, peab teemaviide olema selle esikaanel. Iga töötaja, kõneleja, edasimüüja ja külaline peab õiget teemaviidet teadma.

3. PALU KÕIGIL TEEMAVIIDET KASUTADA

Palu inimestel teemaviidet kasutada. Ka ürituse ajal peaks moderaator seda paluma. "Moto Xi esitlustuuri lõpupoole hakkasin oma sõnavõtte alustama palvega, et osalejad postitaksid koos teemaviitega säutsu selle kohta, kus nad parajasti on. Ning siis ootasin, kuni nad seda teevad," selgitas Kawasaki. Sotsiaalmeedias tuleb olla nahaalne.

4. SIHI ÜRITUSEST KAUGEMALE

Ürituse sihtrühmas on kõik maailma inimesed, kes võiksid olla sinu tootest või teenusest huvitatud, mitte ainult need, kes ise üritusel osalevad.

5. MÄÄRA INIMENE, KES TEGELEB SOTSIAALMEEDIAGA

Et üritust tõeliselt sotsiaalmeediaga siduda, peaks vähemalt üks inimene ainult sotsiaalmeediaga tegelema. Teha on palju.

Enne üritust: Reklaami üritust, et inimesed sellest kuuleksid ning tuleksid kohale.

Ürituse kestel: Säutsu, mis parasjagu toimub, ning tee pilte esinejatest ja külalistest. Pildid lae üles pauside ajal ning jaga ka teiste inimeste postitusi.

Pärast üritust: Jaga ürituse kohta artikleid ning veel kord pilte ja videoid. Julgusta ka osalejaid oma pilte uuesti jagama.

Kui meeskonnas selliseks tööks sobivat inimest pole, soovitab turundusuurija Katie Clark ürituste ajaks palgata sotsiaalmeediaspetsialisti. Spetsialist teab, kuidas ürituse kajastust mitmekordistada ning ta kasutab selleks nii oma kontosid kui sõprade abi.

6. NÄITA ÜRITUSEST OTSEÜLEKANNET

Näita sündmusest otsepilti. Pole mõtet karta, et otseülekanne vähendab külastajate arvu. Või kui otseülekande vaatamine on tõesti sama hea, kui kohale tulemine, on sul hoopis suurem probleem – su üritus on jama.

7. ANNA REAALAJAS ÜLEVAADE

Kui sa otseülekannet ei tee, siis lase oma sotsiaalmeediaga tegeleval inimesel anda üritusest detailne tekstipõhine ülevaade. Selleks sobivad kõige paremini Twitter, Instagram või ajaveeb. Vaata, kuidas näiteks veebiväljaanne The Verge annab ülevaate Apple'i esitlustest. Neilt tasub õppida.

Reaalajas antav kirjalik reportaaž pole nii hea kui videoülekanne, kuid seda on odavam ja lihtsam teostada. Samuti sobib tekstipõhine ülevaade hästi inimestele, kes ei saa näiteks tööl olles videot vaadata kas kontori reeglite või kehva internetiühenduse tõttu.

8. NÄITA TWITTERI VOOGU

Kasuta teenuseid, mis filtreerivad välja sinu teemaviitega säutsud ning näita neid säutse konverentsi suurel ekraanil. Säutsude kuvamine julgustab inimesi rohkem säutsuma ja sealjuures teemaviidet kasutama. Näiteks Twitteri voo kuvamiseks sobivad teenused on Twubs ja Tchat. Ühtlasi oskavad need varjata edasi jagatud säutse, et vältida säutsude kordumist.

9. LOO WIFI-VÕRK

Kui tutvud kohtadega, kus üritust pidada, võta kaasa telefon või arvuti, millega testida ruumides levivat WiFi-võrgu kiirust. Informeeri

SOTSIAALMEEDIA võimalused tasub enda sündmuste tuntuse ja väärtuse suurendamiseks appi võtta nii enne sündmust, selle ajal kui ka pärast. FOTO: PANTHERMEDIA/SCANPIX

Ä Tasub teada

Kuidas saada sotsiaalmeedias rohkem jälgijaid

Jaga head kraami
Selleks, et saada jälgijaid juurde, peab tegema tööd, ning 90 protsenti sellest tööst on hea sisu jagamine. Peaaegu kõik ülejäänu on pelgalt optimeerimine.

Proovi uusi platvorme
Kui ilmub mõni uus platvorm, hakka seda kohe kasutama. Kui platvorm on veel värske, on palju lihtsam jälgijaid endale võita, sest jälgimist väärt inimesi ja infomüra on palju vähem. Nii et uus platvorm on nagu uus maalapp: kui sa tahad saada palju jälgijaid, pead seal aegsasti kanda kinnitama. Aegsasti tähendab siinkohal seda, et tegutsema peab enne, kui on selge, kas see platvorm üldse läbi lööb.

ruumide rentijat külaliste arvust, kes kõik tahavad ühel ajal traadita internetti kasutada. Traadita interneti olemasolu on sündmuse seisukohalt väga oluline. Viimases hädas võid ürituse ajaks püsti panna mobiilivõrgus töötava WiFi-ruuteri või nutitelefone WiFi-ruuterite ehk *hotspot*'idena kasutada. Kehva ligipääsu traadita internetile ei vabanda miski.

10. LOO KOHT PILDISTAMISEKS

"Moto X'i üritustel tegime pildistamise jaoks spetsiaalse ala. Selleks polnud vaja enamat kui head valgustust ja taustaks Moto X'i kirjadega plakatit. Plakatit nähes mõeldi, et see on hea võimalus 15 kuulsuseminutiks ning külastajad poseerisid selle ees nagu Hollywoodi filmitähed." Umbes 100 protsenti sellistest fotodest jõuavad sotsiaalmeediasse ning loodetavasti koos sinu ürituse teemaviitega.

11. TEE JA JAGA KAUNEID PILTE

Palka ka professionaalne fotograaf, kes teeb sinu üritusest kauneid pilte. Sellega kaasneb küll kulu, kuid kokkuvõttes on see rohkem väärt, kui maksta logodega mälupulkade eest, mida keegi kasutada ei taha. Pärast sündmust saada külalistele fotoalbumi link ning julgusta neid pilte alla laadima ja teemaviitega jagama.

12. RAKENDA TEGEVJUHID TÖÖLE

Paljudel üritustel juhtub nii, et kui tegevjuht on oma kõne ära pidanud, tormab ta piiratud ligipääsuga pressikonverentsile või eksklusiivintervjuusid andma. Hiljem võib ta veel hetkeks rahva sekka tagasi tulla, ent ka siis on ta ümbritsetud lähikondlastega. Tegevjuht peaks rohkem panustama, ei piisa pelgalt sellest, kui ta nõustub külastajatega poseerima. Tema peaks olema see, kes teeb ise külalistele ettepaneku koos pilti teha. Enamasti keegi ei keeldu ning umbes 100 protsenti neist piltidest jõuavad sotsiaalmeediasse.

13. KÜLVA MAAILMÜLE

Kui pildid ja videod on olemas, jaga neid kõikidel platvormidel – näiteks Google+'is, Twitteris, Facebookis ja Instagramis. Eesmärk on see, et pildid ja videod jõuaksid kõikide inimesteni, kes üritusest osa võtsid, et nad saaksid hakata neid omakorda edasi jagama. Natuke vaeva ja maagiat sotsiaalmeedias ning jääbki mulje, et sinu üritus oli parim, millest osa võtta.

> **Näita sündmusest otsepilti. Pole mõtet karta, et otseülekanne vähendab külastajate arvu. Või kui otseülekande vaatamine on tõesti sama hea, kui kohale tulemine, on sul hoopis suurem probleem – su üritus on jama.**
> Guy Kawasaki

1352 IDEED
PIDUPÄEVA
KORRALDAMISEKS
Pidupaev.ee

Suvesündmused murumättal

ANN VAINLO
pidupaev.ee ja seminariruum.eu toimetaja

Õuesõpe saavutab järjest enam populaarsust. Kas teate miks? Selle populaarsuse kasv on seotud inimeste vajadusega väljuda aeg-ajalt nelja seina vahelt ja inforägastikust.

Õuetegevused ja liikumine on kasulikud tervisele, see on teada fakt. Kõik tavakeskkonnast väljuvad tegevused mõjuvad aga ka vaimule arendavalt. Aga kuhu meeskkonnaga minna? Järgnevalt toome välja mõned võimalused Põhja-, Lõuna-, Ida- ja Lääne-Eestis.

PÕHJA-EESTI

Aurik Katharina. Tõenäoliselt parima vaatega seminariruum ja restoran Tallinnas – taamalt alati paistmas ilusad vanalinna tornid! Sobilik kuni 200 inimesele.
www.sunlines.ee

Kallaste turismitalu. Harjumaal Padisel asuv talu pakub õuesõppe jaoks kaminaga suvesaali kuni 100 inimesele. Samuti Kalju-Lava, kuhu mahub suisa 1000 inimest looduslikule mäenõlvale istuma. Sellist kohta teist naljalt Eestimaalt ei leia.
http://kallastetalu.ee

Mihkli-Salu Puhkemaja. Raplamaal hiiepaiga lähedale on ehitatud laululava – selles energiast pakatavas kohas on võimalik nii mõtteid jagada, koolitusi korraldada kui ka külakiigel kiikuda ja õuekeskkonda täiel rinnal nautida!
www.facebook.com/Mihkli-Salu-Puhkekeskus

Raudsilla Matkakompleks. Harjumaal asub püstkodade kodu, mille suurimasse püstkotta mahub kuni 200 inimest, nii et ilmarisk on sündmust korraldades kõrvaldatud. Murumätast jagub aga ka Eestimaa suurimate firmade töötajate jaoks. Raudsillal on olemas veel kõrgseiklusrada ja Katapult-Zipline. Soovi korral saab kätt proovida erinevates käelistes tegevustes, nagu seebi viltimine, unenäopüüdjate valmistamine, spaatoodete tegemine jpm.
www.raudsilla.ee

Tallinna lauluväljak. Seda paika teab enamik eestlasi kui suurt kontserdipaika, aga et seal on mõnus erinevatel piknikuplatsidel ka õuesõppe sündmuseid teostada, seda teavad vaid vähesed!
www.lauluvaljak.ee

Vanamõisa Vabaõhukeskus. Tallinna külje all Sauel saab mõnusalt muruplatsil õppida, koosolekut pidada või miks mitte ka unistada. Ilmariski korral on võimalik katuse all pugeda.
www.vabaõhukeskus.ee

↑**LAHEMAAL** asuvas Raudsilla Matkakompleksis on võimalik nii murumättal kui püstkodades oma sündmusi korraldada.
FOTOD. SEMINARIRUUM.EU

←**AURIK** Katharina on spetsiaalselt üritusteks 2015. aastal renoveeritud laev, kus on privaatselt merel võimalus koolitust, seminari või hoopis vastuvõttu korraldada.

LÕUNA-EESTI

Mooste mõis. Mõisapark ootab külalisi Tartu ja Räpina vahel. Moostet võib kindlasti nimetada Eestimaa üheks suuremaks mõisakompleksis. Lisaks toimub seal palju. Kel peale õues toimuva sündmuse soovi, saab valida tegevusi käsitöökojast, restauraatorite kojast, veskiteatrist, rahvamuusikakoolist, vanaajamajast, taaskasutuskojast, villakojast või viinavabrikust. Ilmariski maandab Mooste Folgikoda – Lõuna-Eesti üks suurimatest saalidest, sobilik kuni 500 inimesele.
www.moostemois.ee

Piusa koopad. Neid teatakse kui Eestimaa liivaparadiisi ja nahkhiirte lemmikelupaika. Kas teate, et sel suvel on plaan liivakarjäärides korraldada teatrietendusi ning neid tingimusi saab kasutada ka mõnusa õuesõppe korraldamiseks.
http://piusa.ee

Viljandi laululava. Modernne uus laululava on super koht suuremate õueseminaride korraldamiseks, sest statsionaarseid istekohti jagub 1000 inimesele. Kui seltskond väiksem, siis leiab toredaid kohti ka lossimägedest.
www.sakalakeskus.ee

IDA-EESTI

Kiviõli Seikluspark. 100 m² terrass mahutab kuni 100 inimest. Ilmariski korral saab minna siseruumidesse. Päeva saab lõpetada kas kõige pöörsemate seiklustega või siis hoopis rahulikult tööstusmaastikul matkates.
http://tuhamagi.ee

Narva linnuse põhjaõu. Linnuseõu mahutab kuni 3000pealise seltskonna lahedasti ära. Kaitsekindluses korraldatud üritustel on ajalooline tugev mõju, mis ainult aitab uutel mõtetel ja tegevustel kinnistuda.
www.narvamuuseum.ee

↑LISAKS seminaride praktilisele osale saab Kiviõli Seikluspargis kogeda teistmoodi elamusi Eesti pikimal trosslaskumisel.

→OJAKO puhke- ja koolituskeskuse õuealal basseini ääres on mõnus kolleegidega aega veeta.

LÄÄNE-EESTI

Altmõisa Külalistemaja. Läänemaal asuv külalistemaja ootab ilusa õuealaga või saju korral suure saali ja raamatukogunurgaga. Majutus kahestes mugavates tubades, lisavoodi võimalus. Majas on kokku 12 tuba. Toitlustus on samuti pererahva suur kirg!
www.altmoisa.ee

Grand Rose Spa. Saaremaal asuv spaa üllatab meeldiva siseõuega, kus mõnus õuesõpet korraldada, sest see on piiritletud majaseintega, mistõttu külm tuul sinna juba naljalt ei tiku.
www.grandrose.ee

Ojako puhke- ja koolituskeskus. Pärnumaal asuv keskus ootab läbi viima seminare, koolitusi ja nõupidamisi koos meeldiva lõõgastuse ja maitsva toiduga. Õues basseini ääres on olemas katusealune, samuti on olemas peotelk, kuhu mahub pea 150 inimest. Lisaks muidugi meri ja rannaäärne loodus, mis pakuvad hingele alati kosutust.
www.ojako.ee

Teeristi Villa. Noarootsis ootab õue või suisa suurde laohoonesse erinevaid üritusi korraldama Teeristi Villa. Keskkond on mõnusalt privaatne. Päeva saab lõpetada jalgrattasõidu või lohesurfikoolitusega.
www.teeristivilla.ee

Ä Loe lisaks

Õuesündmuste korraldamiseks leiad suurema valiku kohti
www.seminariruum.eu

Seminarid ja firmapeod Saku Mõisas

Tallinnast vaid 10 km kaugusel rohelusse mattunud Saku Mõis sobib suurepäraselt nii seminaride, konverentside kui firmapidude korraldamiseks. Väärika ajalooga Saku Mõisa peahoone pärineb 1820. aastast ning on oma rikkaliku-luksusliku dekoori ja laemaalingutega üks Eesti kauneimaid. Linnakärast eemal asuv suursugune mõisahoone pakub mitmeid võimalusi ärikliendile nii formaalseteks kui meelelahutuslikeks üritusteks. Mõisas on külaliste päralt avar ja kaunis Ballisaal koos kahe salongiga, Palmisaal, kaks pisemat salongi (Konjaki Salong ja Meeste Salong), restoran ning hubane seminariruum koos eesruumiga. Koosolekuteks ettevalmistatud ruumid sisaldavad DATA-projektorit, ekraani, pabertahvlit ja markereid, tasuta jäävett ning tasuta WIFIt. Mõisa ees asuv tasuta parkla mahutab ka turismibussid.

Saku mõis

Ballisaal

Seminariruum

Saku Mõisas on lisaks saalidele ka 2 sauna (10 ja 15 inimesele), restoran Von Sackenmeck ning 11 omanäolist numbrituba, kuhu koos lisavooditega mahub majutuma 43 külalist. Enamikus tubades on tualett ja dušš. Majutujatele pakume hommikusööki ning hommikusauna kasutamisvõimalust. Nii hommiku-, lõuna-, õhtusöögi kui kõikide piduroogade eest hoolitsevad mõisa suurepärased kokad, kelle valmistatud maitsvad toidud on kõrgelt hinnatud sadade külaliste poolt. Ärikliendile pakume mitmekesise valikuga kohvipause ja grupimenüüd. Avar mõisapark pakub võimalusi mitmeteks meeskonnamängudeks ja -tegevusteks. Meil on ka *disc*-golfirada ning suur valik seiklusmänge. Firmapidude jaoks pakume koostöös partneritega oma klientidele korralduslikku täislahendust. Hoolitseme valgus- ja helilahenduse eest, pakume välja nii kontseptsiooni, esinejad, fotograafid, dekoraatorid, transpordivahendid kui toredad lisa- ja erilahendused meeldejääva ürituse organiseerimiseks. Saku Mõisa meeskond annab oma parima, et tunneksite end mõisas kuninglikult!

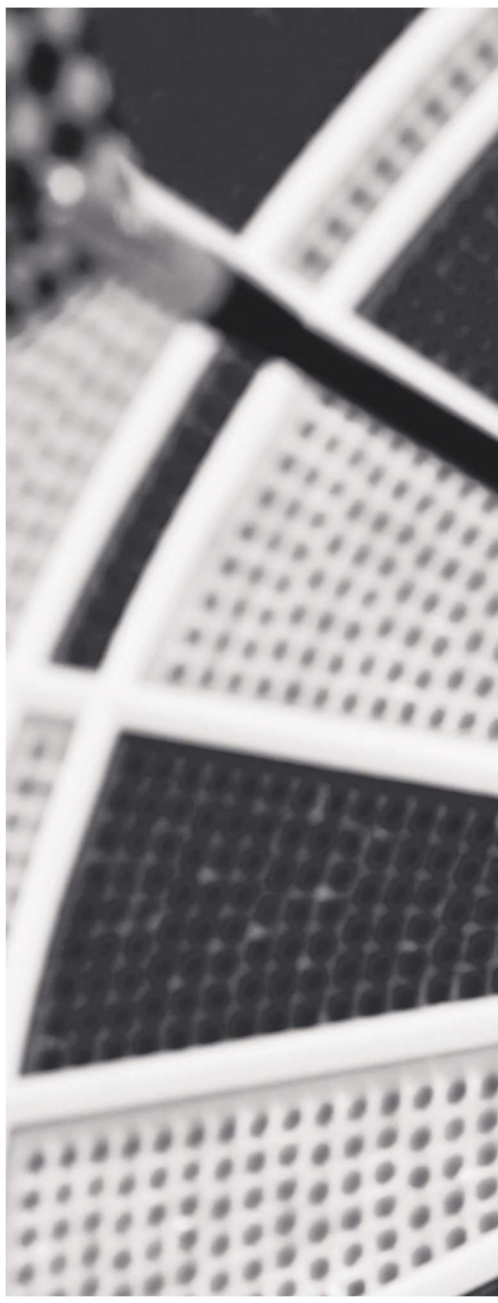
Saku Mõis on suurepärane koht seminaride, konverentside ja firmapidude läbiviimiseks!

Saku Mõis
anno 1820

Lisainfo ja broneerimine: 672 8540 / 522 6068, e-post: info@sakumois.ee
Juubelitammede tee 4, Saku, Harjumaa | **www.sakumois.ee**

ÜHEKSA KORDA MÕÕDA, ÜKS KORD LÕIKA

Kuidas mõõta, kas pidu läks külalistele korda?



Eesti riigi väiksuse tõttu on sündmusturundajatel kõige suuremaks tagasiside saamise võimaluseks pidev kontakt oma kliendiga.

KERTU RUMM
kaasautor

Eesti sündmusturundusfirmad korraldavad sisekommunikatsiooniüritusi, samuti jõulupidusid, suvepäevi ja firmade sünnipäevi. Tähtsal kohal on ka kliendi soovidele vastavad kontserdid ning erilised sündmused. Kuidas mõõdavad aga Eesti sündmusturundajad oma töö efektiivsust?

Oluline osa andekate sündmusturundajate töös on lisaks sündmuste korraldamisele efektiivsuse mõõtmine. Kõige tähtsam on seejuures kommunikatsioon. Nimelt on Eesti riigi väiksuse tõttu sündmusturundajatel kõige suuremaks tagasiside saamise võimaluseks pidev kontakt oma klientidega. Ometi ei ole see raudreegel, mis kehtiks absoluutselt iga sündmuse puhul, selgus uurimistööst.

Kliendist tuleb hoolida. Erinevad agentuurid mõõdavad efektiivsust eri meetoditega. Paljud keerulised mudelid ja vaatlusmeetodid ei ole leidnud Eestis laialdast kasutust, sest sündmusturundusfirmad väidavad, et Eesti on selleks liiga väike.

Mitte ükski agentuur ei nimetanud, et nad arutleksid iga väikese sündmuse aspekti üle eraldi, või et kasutaksid maailmas laialdast kasutust leidnud küsimustikke. Eestis on siiski kõige tähtsam olla kliendiga vahetus kontaktis. Parim viis näidata kliendile, et agentuur hoolib neist, on kliendile oma aega pühendada. Enamik vastajaid tõdes, et küsimustikud on parim viis saada tagasisidet ning mõõta efektiivsust, kuid nad eelistavad neid ise koostada.

Eesti sündmusturunduse arvamusliidreid intervjueerides ning turuseisu kohta uurides selgus, et neil firmadel on tulevikuks erinevad väljavaated ja ideed. Sündmusturundajad nõustusid, et majanduskriis reguleeris turgu aastaid tagasi, kuid tundub, et sealtmaalt edasi on iga firma püüdnud arendada oma suunda. See on põhjus, miks need firmad on nii pikalt tugevana seisnud, sest nad on keskendunud oma nišile ja teinud selles valdkonnas oma parima.

Turul tihe rebimine. Firmade rohkuse tõttu on konkurents turul tihe, sündmusturundajad peavad tegema tööd tipptasemel aasta ringi, kui soovivad konkurentsis püsida. Kui firma on saavutanud juba hea maine ning töö kvaliteeti ei lasta madalamale, võib firma julgelt sündmusturunduse turul kanda kinnitada. Mida paremat kogemust suudab firma kliendile pakkuda, seda paremat tasuta reklaami sellest saadakse, sest n-ö suust suhu reklaamil on Eesti riigi suuruse tõttu väga tähtis roll.

Mõned aktiivselt töötavad sündmusturundusfirmad on tegevad ka välismaal, sest Eesti turg on üsnagi limiteeritud. Kõige lihtsam on liikuda edasi lähiriikidesse, nagu Läti, Leedu ja Soome. Sujuva laienemise tagab ühtne kultuuriline ning usuline taust, sarnased kombed, uskumused ja käitumismustrid tööturul.

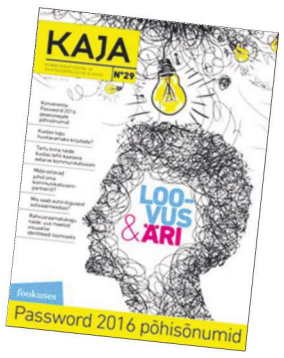
** Uurimistöö koostati Balti Filmi- ja Meediakooli bakalaureuse taseme lõputöö raames. Töös kasutati kvalitatiivset uurimismeetodit, süvaintervjuud viidi läbi nelja sündmusturundajaga ning informatsiooni vahetati sündmusturundusfirmadega Eestis.*

Mis on mis

Sündmusturundus on arenenud välja kommertslikust sponsorlusest. Viimase viieteistkümne aasta jooksul toimunud suurest kasvust hoolimata võib sündmusturunduse juuri leida rohkem kui saja aasta tagusest ajast filantroopias ja sponsorluses.

Loe lisaks

Artikkel ilmus ajakirjas Kaja. Loe veel, kuidas vallandada loovust või võita sihtrühmade poolehoidu.
www.bestmarketing.ee/kaja



1243
RUUMI
ERINEVATEKS
SÜNDMUSTEKS
SEMINARIRUUM.EU

EFEKTIIVSUSE mõõtmiseks kasutavad Eesti sündmusturundajad tagasiside vorme, reitingute mõõtmist, osalejate arvu võrdlemist kutsutute arvuga ja kvalitatiivseid meetodeid osalejate emotsioonide mõõtmiseks. FOTO: PANTHERMEDIA/SCANPIX

Ä Taust
Emotsioonid loevad

Neli agentuuri viiest kasutavad efektiivsuse mõõtmiseks tagasiside ankeete.
Neli agentuuri viiest mainisid, et nende jaoks on parim efektiivsuse mõõtmise meetod olla vahetus kontaktis kliendiga.
Kaks agentuuri viiest vaatlesid, kui hästi toimisid meeskonnatööd.
Kaks agentuuri viiest võrdlesid osalejate arvu kutsutute arvuga.
Kaks agentuuri viiest mainisid, et nad jälgivad sündmuste meediakajastust.
Kaks agentuuri viiest rõhutasid emotsioonide tähtsust.

ALLIKAS: UURIMISTÖÖ BALTI FILMI- JA MEEDIAKOOLI BAKALAUREUSE TASEME LÕPUTÖÖ RAAMES

Ä Tasub teada
Sündmusturundajate poolt kasutatud efektiivsuse mõõtmise meetodid

Sündmustel, kus on palju meeskonnatööd, analüüsitakse meeskonnaliikmete võimet koos töötada ja ülesandeid lahendada, samuti jälgitakse meeskonnatöös osalejate arvu.
Konverentside tarbeks koostatakse tagasiside vormid sündmusega rahulolu kohta.
Võrreldakse osalejate arvu kutsutute arvuga, selgitatakse, kas konverentsi teema oli osalejatele kasulik ning analüüsitakse osalejate arvu kasvu aastate lõikes.
Avalike ning televisiooni sündmuste puhul mõõdetakse külastajate arvu ning reitingute kasvu.
Personali- ja kliendisündmuste puhul mõõdetakse tulemusi tihti agentuuri abiga.
Jälgitakse eelarves püsimist.
Kasutatakse kvalitatiivseid meetodeid osalejate emotsioonide mõõtmiseks.
Kampaaniate, promotsioonide ja degustatsioonide puhul kasutatakse kvantitatiivseid meetodeid, et jälgida müüki ning meediakajastust.

KOMMENTAAR

Agentuurid ei hoia konkursside jaoks palgal vaba meeskonda

LOLA TEHVER
Eesti Turunduskommunikatsiooni Agentuuride Liidu juht

Talvine kaamos on selleks korraks seljatatud ning käes on aeg, mil ettevõtetes planeeritakse juba suviseid tegevusi, eeskätt muidugi suvepäevi, mida terve meeskond alati õhinal ootab.

Olen aastaid ka ise olnud korraldaja rollis ehk nn kliendi kingades ning mäletan, kuidas sai koos turundusmeeskonnaga briif kokku pandud ning seejärel see teatud hulgale agentuuridele saadetud, kes meile soovitud tulemust kokku hakkasid panema. Millele ma toona ei mõelnud ja mida ma ei näinud oli see, milline töö on tegelikult iga pakkumise taga.

Praegu agentuuride esindajana on mul aga võimalus olnud näha ka agentuuride töö kööginpoolt ning seetõttu tahaksin seda kogemust jagada. Reeglina tegeleb suvepäevade korraldamisega personali-, kommunikatsiooni- või turundusmeeskond. Kirjutatakse kokku nägemus ning see pannakse teele. Pole harv juhus, kui mõni ettevõte saadab konkursil osalemise kutsed väga suurele ringile, kohati kümnele agentuurile.

Ideede väljatöötamine on nagu peen käsitöö, mida valmistatakse vastavalt tellija soovile ja iseloomule. Selleks panustatakse päevi ning kulutatakse kümneid töötunde, et tulemus oleks omanäoline ja kliendi soovile vastav. Võitjaid, nagu me teame, on aga ainult üks ning teiste agentuuride ideed jäävad tihtipeale kasutamata.

On näha, et agentuuride jõud aastatega on raugemas, sest tihtipeale võtavad kliendid nende ideid iseenesestmõistetavana ning ei näe seda meeletut tööd ja ressurssi nende taga. Seetõttu on paljud agentuurid otsustanud konkurssidel enam mitte osaleda, sest see on igas mõttes liiga mahukas ettevõtmine. Sellisest olukorrast ei võida aga mitte keegi, sest väga palju häid asju jääb seetõttu esitamata.

Soovin teile südamele panna, et kui olete oma briifi välja saatmas, palun kaaluge hoolikalt, kui mitmele agentuurile on mõistlik antud kutse saata. Agentuurid ei hoia konkursside jaoks palgal vaba meeskonda. See aeg võetakse olemaolevate klientide ja vaba aja arvelt. Üks pakkumine võtab aega kesmiselt 4-5 päeva ning sellesse on kaasatud väga suur osa olemasolevast meeskonnast. Niisamuti on see teie enda ja teie ettevõtte inimeste aeg ja ressurss, sest kõik saadud ideed tuleb läbi töötada.

Lisaks on iga pakkumise taga reaalsed asukohad, bändid, toitlustusasutused, üheinimesefirmad jne, kellele pannakse broneering peale ning kelle ootus on mõistagi see, et antud pakkumine ka jõustub. Tihtipeale peavad ka nemad mõnele teisele kliendile samal ajal "ei" ütlema ning pole harv juhus, kui jäädakse ilma kõigest. See aga ei ole mõistlik äritegemise viis.

Mõned ettevõtted viivad läbi tasulisi konkursse, millega tegelikult saavutatakse parem kvaliteet, sest agentuuride motivatsioon osaleda on oluliselt kõrgem. Selline trend on Eesti turul vaikselt pead tõstmas ning olen mitmelt poolt kuulnud, et vahe kvaliteedis on märgatav.

*PÕÖRDUMINE ILMUS BESTMARKETING.EE VEEBILEHEL.

ILLUSTRATSIOON: ANTI VEERMAA

JUHTKIRI

Ole seal, kus inimesed – veebis!

Kui kunde su sündmuse vastu huvi tekkides internetiavarustest, olgu selleks siis koduleht või mõni sotsiaalmeediakanal, leiab vananenud või pooliku info, halvimal juhul suisa mitte midagi, siis oled sündmusekorraldajate konkurentsis ette kaotanud.

Iga päev toimub üle Eesti kümneid konverentse, seminare, koolitusi, esitlusi ja lansseerimisüritusi, mis kõik võistlevad piiratud rahvahulga tähelepanu eest. Kui mõnes väikses külakeses toimib soliidses eas härrade, prouade jaoks info edastajana suurepäraselt veel vana hea plakat, siis kiire elutempoga tööinimene ja nutitelefon peos sündinud nooruk tahab sündmuse kohta teada saada käigupealt – guugeldades, kodulehte külastades, Facebookist või mõnest muust sotsiaalmeedia kanalist infot otsides. Kui sind pole seal või sa pakud väga faktivaest infot lihtsalt sündmuse nime ja piletisumma kohta, siis on su šansid Äripäev hinnangul kundesid enda juurde meelitada õhkõrnad, kui mitte olematud.

Kohtle oma töötajat kui klient. Alusta esmalt enda töötajatest. Esimese apsu teevad firmad tihti juba firmasiseseid sündmusi – suvepäevi, jõulupidusid – korraldades. Enamasti ilmub läheneva sündmuse kohta teada firma siseveebis, heal juhul läheb paberil lihtne kuulutus üles ka kööginurka või mujale kontorisse. Puhtalt lojaalsusest firma vastu töötajad aga ebahuvitavale või ebahuvitavalt presenteeritud firmapeole kohale ei tule. Eriti kui samal ajal toimub mõni sündmus, mille visuaalne kuvand, info kättesaadavus ja kava on hulga paremini nendeni toodud.

> **Puhtalt lojaalsusest firma vastu töötajad ebahuvitavale või ebahuvitavalt presenteeritud firmapeole kohale ei tule.**

Kui juba on võetud vaevaks aga sündmuse info veebi reklaamiks ja inimeste meelitamiseks üles riputada (olgu siis tegu firmasisese või -välise sündmusega), siis peaks see olema esmalt ülevaatlik – mis ja kus toimub, kes ja millal esinevad, palju see kõik maksab, miks on kasulik seal osaleda. Jah, need lihtsad aspektid kipuvad paraku tihti ununema! Teiseks peaks see olema pakendatud kenasse vormi. Seda ei tasu alahinnata. Ja kolmandaks peaks koduleht olema mugavalt loetav erineva suurusega ekraanidelt.

Koduleht peab toetama äriprotsesse. Lisaks on oluline meeles pidada, et sündmuse koduleht ei ole asi iseeneses – see peaks firma WSI Online tegevjuhi ja strateegi Kristjan-Paul Raude sõnul toetama firma äriprotsesse ja eesmärke. "Teiseks, veebileht on (digi)turundusstrateegia vundament. Koduleht peab toetama tegevusi sotsiaalmeedias, makstud meedias, mobiiliturunduses, e-posti turunduses, sisuturunduses ja SEOs," sõnas ta Äripäevale aasta lõpus antud intervjuus.

Kui aastal 1994 oli umbes 3000 veebilehte, siis tänapäeval on neid *ca* 1 miljard. Seega, kui kunde on sellest inforägastikust juba sinu lehele jõudnud, on äärmiselt oluline, et ta saaks sealt kohe kätte kõik olulise, et sündmusele pilet osta.

TOIMETAJA VEERG

Konverentsil spinningutrennis

Kas te teate, mis on praeguses maailmas epideemia mõõtmed kogunud – istumine. Sellele aitavad ohtralt kaasa ka sündmuste korraldajad. Oleks aeg mustrit muuta!

SIGNE SILLASOO
signe.sillasoo@aripaev.ee

> **Mis saaks, kui panna kokku näiteks spinningutrenn ja konverents või vesivõimlemine ja seminar?**

Maailmas ei ole olendeid, kes oleks loodud istumiseks. Ka mitte inimesi, kuigi viimased on vabatahtlikult selle tee valinud. Paljud istuvad tööle minnes ja töölt tulles, tööd tehes ja tööst lõunapausi ajal puhates, kodus teleka või arvuti ees olles ja õhtul kontserdisaalis muusikat kuulates. Isegi konverentside, koolituste formaat näeb enamasti ette päev otsa istumist. Jah, intellekt saab ehk toidetud. Füüsis aga kindlasti mitte – pika istumise peale hakkab see tervisehädadega liikumisvaegusest märku andma.

Hiljuti veetsin kaks pikka päeva ühel konverentsil, teist sama palju koolis loenguid kuulates. Olgugi, et info oli põnev ja ettekanded huvitavad, ootasin mõlema sündmuse lõppu – pikk istumine ei teinud olemist mõnusaks. Sama tunne valdab mind pikkadel koosolekutel. Miks need kõik ümber laua istudes peavad toimuma?

Korraldame koolitusi ja koosolekuid hoopis vabas õhus liikudes? Juba Aristoteles teadis, et head mõtted sünnivad kõndides. Miks mitte ka konverentsid! Kui keegi arvab, et konverentsi raames pole võimalik inimesi liikuma panna, siis ma arvan, et ta on olnud lihtsalt laisk ja selle teema peale mitte mõelnud. Mis saaks, kui panna kokku näiteks spinningutrenn ja konverents või vesivõimlemine ja seminar? Võimalused on piiramatud. Tasub toolilt püsti tõusta, kujutlusvõimel lennata lasta ja rohkem liikuda.

Firmapidu
Toimetaja: Signe Sillasoo, tel 667 0218, e-post: signe.sillasoo@aripaev.ee
Reklaami projektijuht: Tanel Lätti, tel 667 0068, e-post: tanel.latti@aripaev.ee ftp.aripaev.ee/incoming/Rekl
Kujundaja: Maire Pukk, e-post: maire.pukk@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

Toimetus: 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 – ostukeskkond privileeg.aripaev.ee ja soodsaim võimalus soetada Äripäeva raamatuklubi raamatuid.
Äripäev veebis: **www.aripaev.ee**
Trükk AS Kroonpress

Toimetus võtab endale õiguse kirju ja kaastöid vajaduse korral lühendada. Toimetus kaastöid ei tagasta. Kõik ajalehes Äripäev ja tema lisades avaldatud artiklid, fotod, teabegraafika (sh päevakajalisel, majanduslikul, poliitilisel või religioossel 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@eall.ee või tel (372) 646 3363.

AG CAFE

AG Cateringi **KEVADPAKKUMINE!**

AG Catering

Pärnu mnt 104 | info@agc.ee | 5669 1430 | www.agc.ee

**Telli pidu kontorisse või koju
või hoopis pea seda meie juures!**

Aprillis ja mais 2016 vormistatud broneeringutele lisame omalt poolt **tervitusjoogid** külalistele **TASUTA** juurde!

PS!
Kas sa meie uue rallitoaga oled tutvunud?
Lisainfo kodulehelt!

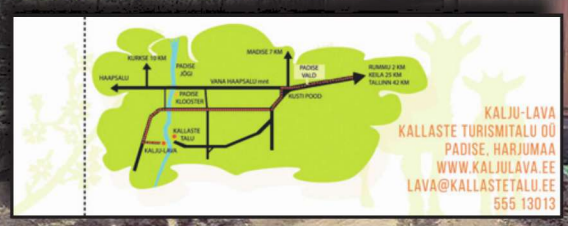
Ruumide rent **südaööni** endiselt **TASUTA!**
Pakkumine kehtib nii Pärnu 104 kui ka Pärnu mnt 146 kohvikutes!

KALLASTE TALU

www.kallastetalu.ee
555 13 002

**KALLASTE TURISMITALU,
ÄRKSA HINGEGA TALU HARJUMAAL**

- suvepäevad
- perepäevad
- kliendiüritused
- firmaüritused kuni 500 inimesele
- majutuskohti kuni 80 inimesele
- saunad ja aktiivne puhkus ootavad!



Populaarseim kink klientidele/töötajatele – KALJULAVA PILETID!

16.06 – 20.00	Dagö
25.06 – 19.00	Svjata Vatra
30.06 – 19.30	Jääär
06.07 – 19.30	Laura ja R.Tafenau
12.06 – 19.30	Lenna
19.07 – 19.30	Kõrsikud
21.07 – 19.30	Terminaator
26.07 – 19.30	Saatpalu ja Tafenau
2.08 – 19.30	Shanon

Suvekontsertide paradiis in PA(ra)DISE

Kalju-lava
www.kaljulava.ee

LAITSERALLYPARK ON ARENENUD UNIKAALSEKS JA PÕNEVAKS KOGUPEREKESKUSEKS

HARJUMAAL KERNU VALLAS ASUV LAITSERALLYPARK ON AINULAADNE TEEMAPARK, MIS ÜHENDAB KÕIKI AUTO- JA KIIRUSEHUVILISI: SIIN TOIMUVAD AUTO- JA KARDIVÕISTLUSED NING KÄIVAD ASJAARMASTAJAD KÄTT HARJUTAMAS, SAMAS LEIAVAD ASET FIRMADE SUVEPÄEVAD JA SEMINARID NING UUES LIIKLUSLINNAKUS ON PALJU TEGEVUST PERE PISEMATELE. LISAKS ON AVATUD EHEDATE UUNIKUMAUTODE EKSPOSITSIOON.

"Oleme teemapargina ilmselt paljudele teada, kuid enamikule veel avastamist vajav koht. Tänu laialdasele teenustevalikule korraldatakse LaitseRallyPargis firmade suve- ja talvepäevi, meeskonnatöö koosolekuid, samuti perepidusid, sünnipäevi ja klassiekskursioone," ütleb rallipargi juhataja Üllar Suvemaa. "Meie kõige värskemaks uudiseks on laste liikluslinnaku ja 600ruutmeetrise mängudemaja valmimine, tänu millele on meie pargis nüüd tegemist päris pisikestest lastest kuni vanemate ja vanavanemateni välja."

Kõik laste sünnipäevapeod ja perepäevad viiakse lõbusalt läbi LaitseRallyPargi mängudemajas – pisematele on sisustatud mängutoad ning liikluslinnak, kus saab sõita pedaalautode ja jalgratastega. Suuremate laste peo meelt lahutavad mängukonsoolid, 360 kraadi pöörav rallisimulaator, bensiinimootoriga väikeautod ning põnev kardivõistlus. LaitseRallyPark omab ainsana Eestis reguleeritavate istmetega lastekarte. Lisaks eraldi mängualadele asub majas kinotuba ja liiklusklass PenTouchi ekraaniga.

Pargis on kolm seminariruumi: kuni 20 inimest mahutav saal on ideaalne koosolekute ja ajurünnakute pidamiseks, millele võiks järgneda hoogne võidusõit rallirajal või mööduvõtt kartidel. Kuni 70 osalejale mõeldud suurem saal on sobiv kohta seminaride ja tähtpäevade korraldamiseks. Soovi korral on saalis ruumi ka toitlustuse tellimiseks. Pärast meelelahutust või töist koosolekupäeva on mõnus lõõgastuda saunaga privaatses puhkemajas.

Alguse sai LaitseRallyPark 2,3 kilomeetri pikkusest paarisrajast, mis on tänaseni rallisõidusõprade seas populaarne. Elamuse saamiseks saab kohapealt rentida BMW ja Lada ralliautosid ning suvel ka bagisid. Samuti võib rada rentida enda sõidukiga kasutamiseks treeningu või sõiduõppe eesmärgil.

Kui soovite kliendi-, pere- või suvepäevi pidada LaitseRallyPargis, võib garanteerida, et tegevustest siin puudu ei tule! Tänu mitmetele radadele, erinevatele sõidukitele, liikluslinnakule ja huvitavaid võimalusi pakkuvale mängudemajale saab organiseerida põneva päeva nii lastele kui ka täiskasvanutele, meestele kui ka naistele. LaitseRallyPargis saab korraldada ka meeldejäävad poissmeeste- ja tüdrukuteõhtud.

Lisaks kiirusele, võimsatele rallielamustele ja liikluslinnakule pakub koguperekeskus võimalust tähistada väärikalt pidulikke tähtpäevi ja korraldada kallimale meeldejääv sündmus koos eheda vanasõidukiga. Uunikume võib tulla ka vastavalt kokkuleppele niisama vaatama tulla, sest rallipargi omanike sõnul kuulub kunst rahvale.

Vanade autode ekspositsioon avati LaitseRallyPargis juba viis aastat tagasi. "Meie autopargis on mitmeid haruldusi ning paljud neist on musta muuseumi auto numbrimärgiga ehk originaalilähedaselt taastatud ja igati töökorras. Kõik autod on loodud sõitmiseks, nii ka vanatehnika ei armasta seismist," sõnab Suvemaa, lisades, et LaitseRallyPark rendib uunikume koos juhiga välja pidulikeks tähtpäevadeks ja pulmadeks, samuti on nende sõidukeid kasutatud korduvalt erinevatel fotosessioonidel reklaamide ja filmide tootmiseks.

TULGE KÜLLA!

Tel: 671 6067, 5669 5819
E-post: info@laitserallypark.ee
www.laitserallypark.ee

ÄRA RALLITA TÄNAVAL – TULE TEE SEDA MEIL!