Äripäev

Firmapidu

11. oktoober 2016 | Eriväljaanne

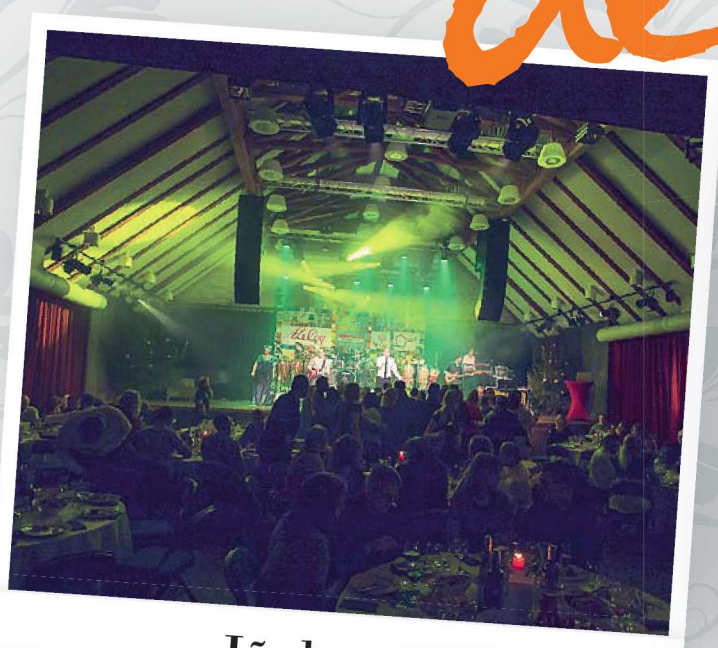
BRAAVO!

Lahutatud meel on kolleegile
ja koostööpartnerile parimaks kingituseks!

PILETILEVI
kui otsid elamust...

Kinkepileti tellimused ja lisainfo eripakkumise kohta: info@piletilevi.ee
+372 6659534 | www.piletilevi.ee

Väärtusta koos olemise aega!

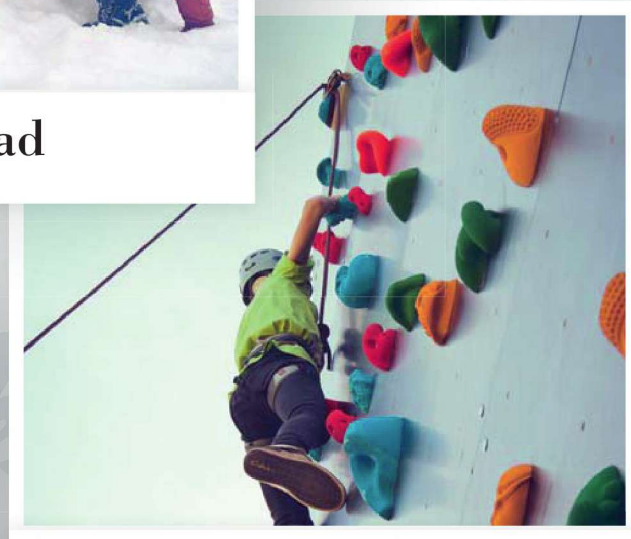


Jõulupeod

Talvepäevad

Suvepäevad

Meeskonnamängud



Atraktsioonid

Korraldame *ca* 200 sündmust aastas.

www.elamuspank.ee

Pimekohtingu-programm töötajatele

Romantilised suhted töökohal tekitavad enamikus personalitöötajates pigem hirmu, aga üks Kanada ettevõte lausa propageerib neid ühel konkreetsel põhjusel, kirjutas HC Online. Oli näha, et järjest rohkem FreshBooksi töötajaid ei tea enam üksteise nimegi ja see ei sobinud kuidagi kokku firma algse, omavahel tihedalt seotud töötajate kambavaimuga. See viis mõtteni kutsuda ellu töötajate pimekohtinguprogramm. Programmi eesmärk pole mitte niivõrd luua romantilisi suhteid, kuivõrd inimesed lihtsalt üksteisega tuttavaks teha.

Firmas küll räägitakse ja suheldakse palju, aga mitte kõigiga ja pimekohtingute mõte ongi selles, et omavahel viiakse kokku inimesed, kes tavaliselt ei satuks töötama ühte meeskonda. Programmiga liitunud vabatahtlikud jagatakse rühmadesse ja nad käivad koos lõunal või kohvi joomas. Osalejaid on kõigist osakondadest, ka juhtide hulgast. Tippjuhid võivad sattuda kokku äsja tööle palgatud noortega. Inimestevahelised sidemed hoiavad organisatsiooni tugevana ning info ja ideed ringluses. Pärast esimest ringi leidsid kõik osalejad, et programm meeldis neile.

ÄRIPÄEV

Veebiportaal aitab hobivahendeid leida

Turvaline ja kasutajasõbralik hobivahendite rentimist, seiklus- ja elamusüritusi ning koolitusi vahendav keskkond Hobify.ee aitab jõude seisvatele hobivahenditele ajutise kasutaja leida.

Hobify.ee loomise idee sai alguse jagamismajanduse populaarsuse kasvust ja ühiskonnas juurde tekkinud uutest võimalustest, mis keskenduvad peamiselt roheliselemale mõtlemisele, erinevate käitumismustrite muutmisele ja alternatiivsete lahenduste leidmisele.

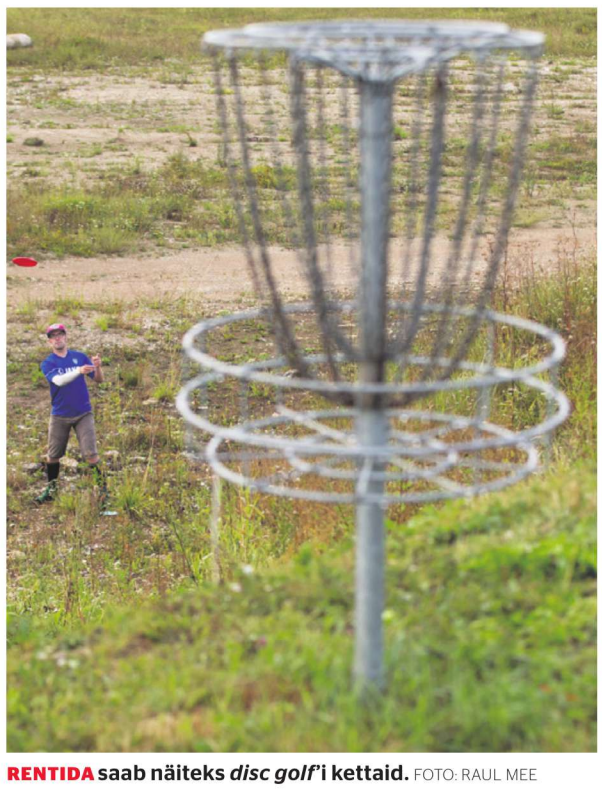
Maailmas on tuhandeid võimalusi vaba aja sisustamiseks ja praeguses elukeskkonnas on hea seda teha võimalikult kiirelt ja kvaliteetselt.

Portaali loojad leiavad, et Hobify.ee kasutajad saavad endale palju uusi ideid ja liituvad mõttelaadiga, et rikkus ei peitu asjades, vaid uutes kogemustes ja emotsioonides.

Hobify on loodud selleks, et inimesed saaksid vürtsitada oma elu uute emotsioonide ja kogemustega ning tegeleda asjadega, mis tõeliselt meeldivad!

Portaalis saab hobivarustust rentida otse omanikult. See annab võimaluse proovida erinevaid hobivahendeid enne isikliku ostmist. Kokkuleppel varustuse omanikuga saab hobivarustust kasutada ka näiteks firmapeol.

ÄRIPÄEV



RENTIDA saab näiteks *disc golf*'i kettaid. FOTO: RAUL MEE

Kuidas Hobify keskkonna hobivahendite rent töötab?

Vali endale sobiv hobivahend
Tee broneering ja oota kinnitust
Tutvu lepinguga ja tasu arve
Kohtu omanikuga ja võta vastu hobivahend
Tunne rõõmu ja saa uusi kogemusi!
Tagasta hobivahend omanikule kokkulepitud tingimustel.

Eesti **suurim** jõulupidu

Juba kolmandat aastat saavad ettevõtted üle Eesti enne pühi kokku, et üheskoos maha pidada meeleolukas jõulupidu. Eesti suurim jõulupidu Jõulugala toimub tänavu 15. ja 16. detsembril Saku Suurhallis.

Jõulugala korraldaja Tarmo Hõbe sõnul pakub tänavune pidu tihedat programmi ning kohale oodatakse rekordarv külalisi. Möödunud aastal osales Jõulugalal 160 asutust, mille töötajate arv jäi vahemikku 4–150.

"Väikestele ettevõtetele on reeglina ainus võimalus jõuluõhtu läbiviimiseks broneerida lauad mõnes restoranis. Maksma läheb see palju ning programmi üldjuhul ei ole. Saku Suurhalli Jõulugala eripäraks on aga see, et õhtu programm, maitsev menüü ja meeldiv keskkond on külaliste jaoks organiseeritud – tuleb vaid kohale tulla," rääkis Hõbe. "Hea meel on näha, et eestimaalastele selline jõulupeo formaat meeldib."

Tänavusel Jõulugalal esineb võimsa häälega Ott Lepland, kes pakub publikule erilist lava- ja videosõud ning mitmeid üllatusi. Stiilse kavaga astub üles võluv Liis Lemsalu, kes esitab oma loomingut esmakordselt koos Big Bandi ning paljude tantsijatega. Estonian Dream Big Bandi saatel musitseerivad lisaks Liisile ja Otile ka Rosanna Lints ja Tanel Padar & The Sun.

Lisaks saavad külalised osa meeleolukast tantsusõust ja humoorikatest sketšidest Kinoteatrilt. Kõike seda täiendab rikkalik menüü. Jõulugalat juhivad ja lõbusa meeleolu loovad Ott Sepp, Mirtel Pohla ja Ago Anderson.

"Väljas on küll veel kenad sügisilmad, kuid sellegi poolest ei tasu ettevõtte jõulupeole mõtlemist viimasele hetkele jätta. Kuigi Jõulugala on eelkõige mõeldud ettevõtetele ja teistele asutustele, ei sea peo formaat siiski liigseid piiranguid – peole võib kutsuda ka koostööpartnereid või tulla mõnusalt aega veetma ja meeldivast programmist osa saama lihtsalt heade tuttavate või sõpradega," lausus Hõbe.

ÄRIPÄEV

SAKU suurhallis on olemas kõik peoks vajalik. FOTO: ANDRES HAABU

Leia endale kokk **kokad.ee**-st

Kokad.ee on uus keskkond, mis soovib tutvustada ja arendada Eesti toidukunstnike loomingut – nii päris- kui kodukokkade roogasid, aga ka neid, kes valmistavad koduseid hoidised või kasvatavad värsket toitu kogustes, mis võimaldab seda hea toidu nautijaile müüa.

Keskkonna kaudu saab kiiresti ja mugavalt endale meelepärase kõhutäie tellida kõige meelepärasemat pakkuvalt kokalt. Lisaks toitudele saab keskkonna kaudu müüa ja osta ka erinevaid talu- ja ökokaupu.

Ennast kokaks registreerida ning oma profiil ja toidud kiiresti üles seada on lihtne. Oluline on teha oma toitudest fotod ja täpsed kirjeldused. Täpne hetke asukoht ei olegi oluline.

Hetkel saavad end keskkonnas kokaks registreerida Eestis ja Soomes elavad toiduhuvilised ja kokkajad. Juhul, kui portaalis registreerunud kokk pakub kodumajutust või turismitalu teenust, saab selle info profiilile lisada. Toitude tellijad saavad võimaluse hinnata toite viiepallisüsteemis ning jätta ka personaalse kommentaari. Kokad.ee kuvab alati paremini hinnatud toite eelisjärjekorras.

Kliendid saavad toite ja kokkasid selekteerida nii asukohapõhise positsioneerimise, kategooriate ja teiste valikute seast. Enne tellimuse kinnitamist saab kliendiga tellimuse üksikasjad läbi arutada ja leppida kokku mõlemale sobiva transpordiviisi ja makseviis.

ÄRIPÄEV

KODUKOKKADE seas leidub väga andekaid toiduvalmistajaid. FOTO: RAUL MEE

KAUBAMAJA sünnipäeva moe-*show* jõudis ka meediakanalitesse FOTO: MEELI KÜTTIM

Aune Past: Meediasse jõudmine oli oluline 20 aastat tagasi

Nii tahamegi sünnipäevakuu pakkumistega kliendile öelda, et ta on meie jaoks tähtis ja me hoolime temast.
Janek Mellikov, OÜ Jazz Pesulad juhatuse liige

Suhtekorraldaja Aune Pasti sõnul võiks ettevõtte korraldatava sünnipäevapeo sõnumiks olla pikaajalise tegutsemise kogemus. ""Kogemus aastast..." nagu kommivabrik Kalev seda ka ilma sünnipäevata toodetel edastab," räägib Past.

Past lisab, et iseenesest ei ole sünnipäeval mainetkujundavat tähtsust. "Positiivsem sõnum oleks töötajate rahulolu-uuring, laienemine Aasia turgudele või uus innovatiivne toode," toob ta näiteks.

Kui ettevõttel on hea kommunikatsioonistrateegia, kommunikeeritaksegi Pasti sõnul sünnipäevauudisena mõnd tõelist mainetkujundavat sõnumit. Ettevõtte sünnipäev võiks olla seega omade tunnustusüritus.

"Ent seda on väga raske koos kliendiüritusega teha, sest klient ei naudi enamasti pikka oma töötajate tänamist," nendib Past.

Sünnipäevaga meediasse minek oli Pasti hinnangul oluline võib-olla 20 aastat tagasi. "Hea näide sellest, kuidas kajastada firmas toimuvat tänapäevaselt, on NetGroupi Facebooki leht, kus jagatakse firmassepuutuvat infot neile, kes on sellest huvitatud," toob ta näiteks.

Teine asi on, kui otsustatakse toetada näiteks mõnd üritust, panustades vabatahtlikena töötajate aega, oskusi, teadmisi või sponsorraha, jätkab Past, et juhul, kui sündmus on laiemalt huvipakkuv, on mõistlik seda siis ka meedias kajastada. "Juba ammu enam ei tähenda suhtekorraldus seda, et boss ennast televiisorist näeb," rõhutab ta eraldi.

Past toob näiteks, et kui vaadata kasvõi rõivastumises toimuvat ühtlustumist, on oodata peagi avaliku huvi häämbumist ka "pingviinide paraadi" sarnaste ürituste osas.

"Tähtis ei ole mitte see, mis sul seljas on, vaid mis oskused ja teadmised sul on. Tähtis ei ole mitte see, mis firma pidupäeval laual on, vaid see, mismoodi nad meie igapäevaelu paremaks muudavad," räägib Past.

Hea kommunikatsioonijuht teab seetõttu, et oma sõnum tuleb teha vastavalt kuulaja vajadustele, valides tõesest loost esitamiseks üldhuvitava osa.

SPORDIKLUBIS Sparta saab sünnipäeval elava muusika saatel trenni teha.

Sünnipäevalapsed hellitavad kollektiivi ja püsikliente.

Meediasse pääsemist omaette eesmärgiks ei seata

URVE VILK
kaasautor

Ettevõtted soovivad sünnipäeval korraldatavate kampaaniate ja üritustega hellitada eelkõige püsikliente ja oma töötajaid. Boonuseks peetakse, kui tegevusega õnnestub saavutada ka meediakajastus, ent eraldi eesmärgiks seda ei seata.

OÜ Jazz Pesulad juhatuse liige Janek Mellikov räägib, et ettevõte, mis on tegutsenud 13 aastat, on sünnipäeva tähistanud 12 korda. Tõsisemalt viimased kümmekond aastat. Ettevõte ongi enim kampaaniaid korraldanud just sünnipäevakuul. "Kui muidu me oleme alati oma kliendikaarti müünud, sest ei taha seda tasuta anda, siis sünnipäevakuul toimuva kampaania mõte on, et need, kes hakkavad sel ajal kliendikaardi omanikuks, saavad lisaks kaks tasuta autopesu, mis tähendab, et põhimõtteliselt saavad nad kliendikaardi, mis maksab 36 euort, ilma, et peaksid sisuliselt selle eest midagi maksma," räägib Mellikov.

"Autopesumaailmas pole numbrid võib-olla nii suured kui mõnes teises äris," nendib Mellikov. "Aga tundub, et püsiklientidele on see olnud hea pakkumine," jätkab ta. Mellikovi sõnul on noortel ja teistel linnadesse elama asujatel võimalused sageli piiratud – hankida tuleb elukoht ja töökoht ning lahendada mitmeid teisi probleeme. "Paljudel on tegu esimese autoga, mis on ehk suurim vara üldse," märgib ta. Lisades, et inimesed enamasti tahavad oma vara eest hoolitseda.

Õige aeg püsikliendiks hakata. Mellikovi sõnul ongi sünnipäevakuu õige aeg teha otsus ja hakata püsikliendiks. "Kõige raskem on alustada," teab Mellikov. "Kui esimene käik pesulasse teha meeldivaks, tuleb inimene uuesti hea meelega," lisab ta. Toonitades, et kiire elu juures pole mõtet kulutada aega sellele, et käsipesus pool tundi järjekorras aega raisata või kulutada aega broneerimistele. "Pealegi on korralik masinpesu alati parem kui oskamatu käsipesu," märgib ta. "Nii tahamegi sünnipäevakuu pakkumistega kliendile öelda, et ta on meie jaoks tähtis ja me hoolime temast."

Mellikovi sõnul ollakse viimase, juulis toimunud sünnipäevakampaania tulemustega rahul – kuu ajaga saadi 2000 uut püsiklienti. Sünnipäevakuu raames on ettevõte teinud ka raadioreklaami, rohkem kanaleid reklaamiks reeglina ei kasutata. Kui tegevused uudisekünnist ei ületa, pole see ettevõtte jaoks probleem, kuna see pole olnud omaette eesmärgiks. Kuigi Mellikov tunnistab, et igasuguseid mõtteid, kuidas ettevõttele rohkem kõlapinda saada, on siiski palju olnud. "Oleme vahvaid plaane pidanud," tunnistab ta.

Firma on meediaveergudele jõudnud seni pigem Jazzkaare toetajana, mis pole samuti mitte kaine arvestusega mainekampaaniana, vaid pigem armastus džässi vastu. Mellikovi sõnul on Anne Ermiga (Jazzkaare looja ja vedaja – toim) koostööd tehtud pikki aastaid. "Nad teevad lahedat asja ja paadist me välja hüpata ei kavatse," räägib Mellikov. Lisaks on sponsoreerimist võimalik heas mõttes klientide hulgas ära kasutada – püsiklientidele on jagatud näiteks tasuta pileteid.

Staaridega koos trenni. Spordiklubi Sparta turundusjuhi Rando Soome sõnul on nad sünnipäevapidudega püüdnud pakkuda kliendile teistmoodi elamust kui tavatrennitundidest saadav. Näiteks on toimunud rühmatrennid staaride osavõtul. "Meil on olnud tantsutund teemal "Grease", kus laval esinesid Uku Suviste ja Getter Jaani, mille taustal treener tegi trenni. Samuti Kristjan Kasearu ansambli *live*-esinemise taustal tehtud kontsert-treening "A Tribute to Aerosmith"," räägib Soome, kelle sõnul pallimängusaalides toimuvatele üritustele mahub osalema mitusada inimest.

Lisaks saavad kliendid sünnipäevaüritustel treeneritega vabamas õhkkonnas suhelda – vestelda, küsimusi küsida ning tuttavaks saada.

Ka jõusaalis on Soome sõnul korraldatud klassikalise muusika kontserte, näiteks klarnetimängija esituses, loomaks tavapärasega võrreldes veidi teistsugust atmosfääri.

Soome sõnul ei korralda nad reeglina kampaaniaid uutele klientidele, pigem keskendutakse olemasolevate klientide hoidmisele. "Korraldame neid olemasolevatele klientidele tähelepanu pööramiseks," märgib Soome. "Loomulikult kui sellest räägitakse ja seda kajastatakse, on see boonuseks, aga me ei korralda üritusi sellele mõeldes," lisab ta.

KOMMENTAAR

Projekti oli uudiskünnise ületamine eraldi sisse kirjutatud

BRITTA RATAS
ASi Kaubamaja turundusdirektor

Möödunud aastal aset leidnud juubeliaasta üritustega andsime märku, et kutsume kõiki kliente, koostööpartnereid ning töötajaid endaga koos seda tähistama. Töötasime välja uue brändikontseptsiooni ja spetsiaalse juubelilogo, tootsime juubelihõngulise telereklaami, maja sai silmapaistvad vaateaknad, tegime arhiivipiltide taaslavastusi ning tootsime juubeliks spetsiaalse šokolaadi. Tegevustega saime kinnitust asjaolule, et kaubamajal on inimeste südames väga oluline koht.

Meie ajarändekabiini rakendust, kus sai enda pildi asetada erinevate ajastute kostüümidesse ja kehastuda seeläbi erinevateks karakteriteks, kasutati kokku 59 700 korral ligi 120 riigis üle terve maailma.

Et juubelit veelgi väärikamalt tähistada, kutsusime paremad kliendid ja koostööpartnerid juubelipeole, mille oodatuimaks osaks oli moeetendus, kus professionaalsete modellide seas astusid üles ka omad töötajad.

Meediakajastustega võis igati rahule jääda. Kajastasime teemasid terve aasta ajakirjas Hooaeg ning ka teised meediaväljaanded tundsid nii meie inimeste kui Kaubamaja vastu huvi. Kuna oleme suur ja ajalooline ettevõte, jälgitakse meie tegevusi alati huviga ning see pakub ka meediale kõneainet. Suuremaid projekte planeerides on alati plaanides ka uudiskünnise ületamine ning millegi üllatuslikuga väljatulemine.

Maitseid loodusest

Puutumatu ürgne maastik, sügavsinine meri ja lopsakad rohelised metsad muudavad Põhjamaade looduse unikaalseks. Ainulaadsed on ka siinsest loodusest pärit maitsed. Seepärast korraldas Viking Line juba kolmandat korda retseptivõistluse laevastiku parimatele kokkadele, keda kutsuti ammutama inspiratsiooni põhjamaistest maitsenüansidest ja looma meelierutavaid roogasid kvaliteetsest kodumaisest toorainest. Võistluse tulemusel sündis teemamenüü „Maitseid loodusest" (*Tastes of Nature*). Võidutööde toorainete loetelu on kirev, siin on kasutatud põhjapõtra, alpihõrnast ja metsparti, hirve, siiafileed ja rääbisemarja, astelpaju ning palju muud. Teemamenüü on **1. oktoobrist 2016 kuni 28. veebruarini 2017** saadaval kõigi Viking Line'i laevade *à la carte* restoranides.

vikingline.ee

MAITSEID LOODUSEST

Kas firma sünnipäev vajab tähistamist?

ANN VAINLO
Pidupaev.ee toimetaja

Käesoleval aastal saavad esimesed taasiseseisvunud vabariigi ajal asutatud firmad tähistada 25. aasta juubelit! Äripäeva Infopanga andmetel tähistab sel aastal juba 8 000 firmat kümnendat juubelit! Kuuldavasti lõpetab esimese 3 aasta jooksul 80% alustavatest ettevõtetest tegevuse. Nii et iga sünnipäev on kindlasti märkimisväärne sündmus, mis suisa vajab tähistamist! Mida firma sünnipäeval teha? Kellele pidu korraldada? Kolleegidele, klientidele ja/või koostööpartneritele? Seda teab ja tunnetab iga firma ise. Allpool jagame mõtteid peo korraldamiseks eelkõige kollegidele, aga vaadake ise.

Pidu inimestele. Alusta peo korraldamist oma inimestele mõtlemisest! Millises vanuses, mis soost, mis keeles suheldakse? Kas nad eelistavad aktiivsemat või rahulikumat tegevust? Kas nad töötavad sise- või välistingimustes? Sageli välitöödel olevad inimesed eelistavad metsas matkamise asemel enamasti midagi mugavat ja sooja. Ning kontorirotid võivad tunda rõõmu ühise väliseikluse üle. Paljud naised võivad olla õnnelikud võimaluse üle kanda pidulikku kleiti, teistes tekitab see frustratsiooni, kuna nõuab ootamatut osturetke või kulutust.

Peo eesmärk. Mida on meeskonnas praegu kõige enam vaja? Kas hoida kinni traditsioonidest ja kor-

RAKVERE TEATER

Laste jõulupidu
Rakvere Teatris!

Etendusele lisaks mänguline ja seikluslik
jõulumaa, jõuluvana ja kingitus

Astrid Lindgren
Lärmisepa tänava
LOTA

rakvereteater.ee piletimaailm.com 32 95 444

IGA ettevõtte sünnipäev sõltub sellest, millised inimesed seal töötavad, kui palju neid seal on.
FOTO: VEIKO TÕKMAN

Mis juhtub, kui sa ei tee seda üritust?

Soovitab pidupaev.ee toimetaja Ann Vainlo endalt küsida, sest sellest selgub tegelikult see, kas sul ikka on vaja seda sündmust sellisel ajal ja sellisel kujul korraldada.

raldada pidu nagu eelnevatel aastatel? Teha midagi uut ja üllatavat, minna meeskonnaga teatrisse või kontserdile? Raputada meeskond tardumusest lahti, mõelda adrenaliini tekitavatele tegevustele ja arendada meeskonnatööd? Kas viimasel ajal on tulnud palju uusi töötajaid, kel on raskusi organisatsiooni sulandumisega? Kas firmas on olnud rasked ajad ja töötajad tahavad lihtsalt ilma liigse programmita "auru välja lasta"? Kas pidu peab sobima ka peredele/lastele?

Loomulikult sõltuvad valikud ka eelarvest. Kuid eelarvet võiks vaadata alles siis, kui vajadused on kaardistatud. Eelarve suurust saab reguleerida tegevusi valides või osalejatega kulusid jagades. Väike osalustasu motiveerib pidulisi kohale tulema. Lisaks võid pakkuda alkoholi tasu eest, kuid tervitusnaps võiks siiski tööandja kulul olla.

Mida teha ettevõtte sünnipäeval? Nagu juba öeldud, sõltub iga pidu meeskonnast, eesmärkidest, inimeste arvust ja vanusest.

Jagame enda ideed kolme kategooriasse ja toome mõningaid näiteid, mis firma sünnipäeva võiks rikastada.

Meeskonnatööd arendav – sobib praktiliselt kõigile. Näiteks ühine kokkamine Toiduakadeemias on sobilik kuni 30 inimesele: www.pidupaev.ee/idee/meeskonnatreening-koogis. Või soovtrühvlite veeretamine Õrrekese õpitoas – sobilik kuni 50 inimesele, www.pidupaev.ee/idee/joulupidu-opitubadega. Ajaloolise filmi tegemine – meenutades eelnevaid aastaid Seiklusfirmaga 360 Kraadi – sobilik ka 100 inimesele, www.pidupaev.ee/idee/filmifestival.

Adrenaliinitaset tõstev – pigem noorematele kollektiividele, kel vaja auru välja lasta. Siin on hea näide kanuuparvega Taevaskoja ilu nautida Teavaskoja Puhkekeskuses, www.pidupaev.ee/idee/suvine-seiklus-taevaskojas.

Äge päev mägimatkajate ehitatud Padise Seikluspargis, kus on võimalik ka "kuule lennata"! www.pidupaev.ee/abimees/padise-seikluspark.

Metsik ATV safari Männiku Safarikeskusega karjäärides: www.pidupaev.ee/idee/meeldejaav-elamus-manniku-safarikeskuses.

Pidulik – sobib praktiliselt kõigile. Muusikasse joonistamine TAKKK Kunstikeskuses kuni 10 inimesele, www.pidupaev.ee/idee/lase-loovus-valla-joonistamise-voi-maalimisega.

Pidulik õhtusöök kontoris, näiteks Jahh Catering (www.pidupaev.ee/abimees/jahh-catering) katab laua, Müstika Tantsustuudio (www.pidupaev.ee/abimees/mystika-tantsustuudio) imelised naised tantsivad ja särgidisaineriga (www.pidupaev.ee/idee/t-sargi-disaini-tootuba) saab valmistada meeskonna/osakondade disainitud T-särke – sobilik umbes 50 inimesega üritusele.

Pidulik kaugustesse vaatav õhtusöök Tallinna Teletorni 22.korrusel kuni 100 inimesele: www.pidupaev.ee/abimees/tallinna-teletorn.

Tasub teada
Rohkem ideid firmapidudeks

Pidupäeva portaalis www.pidupaev.ee/ideed/31-firmad-firmapidu saab filtreerida inimeste arvu, valdkonna ja maakonna lõikes

21 küsimust, millele tasub enne peo planeerimist vastata

Mis on ürituse eesmärk?
Kes on oodatud külalised? Miks?
Kui palju inimesi tahad kutsuda?
Kui palju peaks tulema kohale?
Milline eelarve sul on?
Millised kuupäevad sobivad?
Millised ideed on sisu osas?
Millised on 3 võtmesõna, mida sa selle üritusega tahad öelda?
Mida/milliseid kampaaniaid/tegevusi üritus toetab?
Kui kaua üritus kestab?
Milline on ürituse stiil?
Kes sõna võtavad?
Kes lõbustavad? Muusika? DJ?
Majutus
Asukoht
Turvalisus
Mis veel võib üritust mõjutada positiivselt? Negatiivselt? Ilm?
Tagavaraplaan, kui midagi läheb valesti?
Kas sellist üritust on tehtud ka varem?
Milline on olnud tagasiside varasematelt üritustelt?
Mis juhtub, kui sa ei tee seda üritust? Viimane küsimus ei ole nali, vaid sellest selgub tegelikult see, kas sul ikka on vaja seda sündmust sellisel ajal ja sellisel kujul korraldada.

Iga päev on pidupäev!

KORRALDA UNUSTAMATU FIRMAÜRITUS!

Telli helikopter!

www.summukas.ee
info@summukas.ee
+372 5456 6866

SUMMUKAS.EE

Hea pidu vajab põnevat **kutset**

ANN VAINLO
www.pidupaev.ee toimetaja

Kutse on loodud peo vastu huvi tekitama, sestap tasub kutse koostamisse loovalt suhtuda, et külalised juba enne pidu sobilikku meeleollu viia.

Kutsest saab alguse ürituse õnnestumine. Kutsest sõltub, kas külalised saabuvad õigesse kohta ja õigel ajal ning kas nad on üritusele sobiliku välimusega, sõbralikus meeleolus ja avatud vastu võtma pakutavaid emotsioone ja tegevusi. Sestap peab kutse olema selge, informatiivne ja sobima üritusega.

Praegu saadetakse enamasti kutsed e-postiga – kiirust, mugavust kui ka loodussõbralikkust silmas pidades. Siiski ei saa märkimata jätta, et praegusel digiajastul on klassikaline paberkutse sageli märksa atraktiivsem.

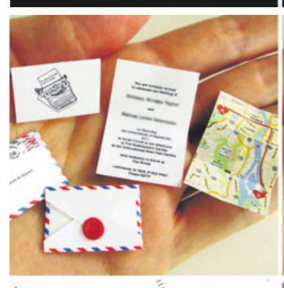
Ka annavad erinevad paberil ja muudel materjalidel kutsed piiramatu loomingulise vabaduse.

Reeglid on ka kutse saajale. Külalisele algab vastuvõtt kutse tähelepanelikust läbilugemisest – tavaliselt saab sealt täpse juhendi, kuidas sündmuseks valmistuda.

Kutsed saadetakse ideaalis kuu aega enne üritust. Viisakas on kutse hiljemalt nädal enne plaanitud sündmuse toimumist teele panna.

Kutse tekst sõltub ürituse sisust – kas see on ametlik või vaba või hoopis vallatu.

Kutse eeldab reageeringut. Viisakas on võõrustajaid tänada järgmisel päeval või mõne päeva pärast kirjalikult. Piisab mõnest reast, et valmistada võõrustajale head meelt. Nii on ka lihtsam järge pidada, kas kutse ikka jõudis adressaadini.



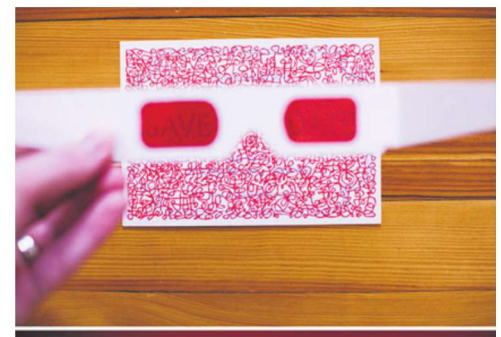
Ä Tasub teada
Näiteid, kus kutse on juba osake peost.

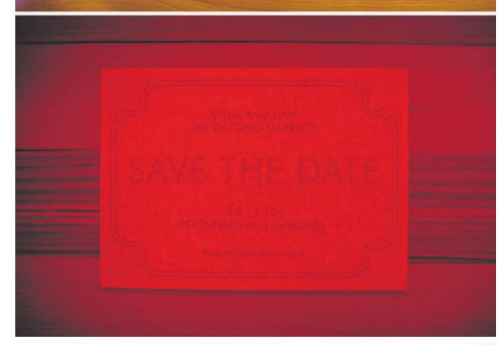
- õhupallile trükituna. Lisa väike teade – puhu pall täis!
- köögirätikule trükituna
- lõikelauale põletatuna
- pudelipostis, st väheke räsitud paberil pudelisse keeratuna
- kirjas, mida näeb vaid 3D-prillidega (vaja lisada prillid kutsele)
- *via airmail*, kus R.S.V.P on palutud teha saates tagasi punase nööbi, kui ei saa tulla, sinine nööp
- kutse teepakiga, nt kutse kella 5 teele
- CD-plaadile või mälupulgale trükituna, kus sündmust toetav pildimaterjal, laul või luuletus peal
- embleemi või märgiga, mis sündmusega seotud
- loomakujutise või minifiguuriga – loomade stiilipidu
- *vintage* stiilis plakat
- HTML-keeles kutse
- jäätisepulga ümber liimitud kutse

Vaata lisaks; www.brit.co

Kutsele kirjuta

- pöördumine, st kellele, ära unusta lisamast, kas üritusele ollakse oodatud üksi või koos kaaslasega
- sündmuse nimi
- kuupäev ja kellaaeg
- koht
- vajadusel stiil/riietus
- millal ja kellele teatada osavõtust ehk R.S.V.P.
- info parkimisest,
- info järelpeost





23 AASTAST 1993

Hindamatu kogemus
maailma juhtivate brändidega!

SILMAPAISTVAD RÕIVAD JA ÄRIKINGID
OMA MEESKONNALE JA PARTNERITELE!

FIFAA
FIRMARÕIVAD JA REKLAAMKINGITUSED

Tallinna filiaal
Pärnu mnt. 142a, 11317 Tallinn
Tel: +372 6 504 870
fifaa@fifaa.ee

Tartu filiaal
Sõbra 56, 51013 Tartu
Tel: +372 7 311 911
anneli.saar@fifaa.ee

FIRMAPIDU 11. oktoober 2016
toimetaja Mariliis Pinn, tel 667 0111, e-post toimetajad@aripaev.ee

Kuidas optimeerida firmapeo **eelarvet?**

KINGITUSED firmapidudel tasub siduda tegevustega. FOTO: RAUL MEE

GETTER JÜRLAU
pidupaev.ee

Kuidas optimeerida peo eelarvet, kui inimesi ettevõttes ei ole vähemaks jäänud, vaid jäänud samaks või isegi juurde tulnud? Pakkuda tahaks meeldejäävat pidu, millest räägitakse veel päevi-nädalaid-aastaid.

Allpool toome välja mõningad enda kogemused, mida oleme edukalt kasutanud:

1. PEORUUMIKS RESTORAN – tavaliselt ruumi rendi eest raha ei küsita. Tuleb kasutada nende toitlustusteenust. Suurema tellimuse puhul on tavaliselt võimalus hinna osas läbi rääkida. Kui on väiksem seltskond, siis valige koht, kus saab teid paigutada eraldi ruumi. Tihti on restoranidel õhtuti erinevad esinejad – seega on teil kohe ka programm omast käest võtta.

2. ALKOHOL – sõltub peost. Restoranis valige kaks alkoholset jooki, mida pakute tasuta. Näiteks valge- ja punane vein. Ülejäänud jookide osas on võimalik restorani omanikega hinna osas läbi rääkida. Kui olete rentinud ruumi, siis soovitame pärast tervituskokteili pakkuda alkoholi tasu eest! Tasu võib olla sümboolne, kuid see aitab pidu hoida heades kätes ning ühtlasi toetada eelarvet.

3. OSALEMISTASU – võib olla sümboolne, kuid piisav, et motiveerida kohale tulema. On väga kahju, kui olete korraldanud peo 100le inimesele ja kohale tuleb 60.

4. AJASTUS – korraldage jõulupidu jaanuaris või veebruaris. Miks mitte suvepäevad korraldada hoopis septembris – ilmad on veel soojad ja saab telkida kui vaja. Võite kindel olla, et peokohtade rent ja ka programm (muusikud jmt) on oluliselt odavamad. Proovige pidu korraldada nädala esimesel poolel ehk esmaspäevast kolmapäevani, sellisel juhul on veel üks eelis – töötajad tulevad parema meelega kohale.

5. CATERING – kui on olemas ruumid, kus pidu korraldada, siis soovitame toitlustamiseks kasutada *catering*-teenust. Esialgu võib tunduda kallim, kuid küpsetamise kõrvalt kokku hoitud aeg ja hästi planeeritud toidukogused kahandavad selle hinnavahe olematuks või pigem teie kasuks.

6. KINGITUSED/TEGEVUS – siduge tegevused ja kingitused omavahel. Väga tore on endale firmapeol jõulukingiks valmistada kompvekke, teepakke, vannipalle vms. Pidu ongi tihtipeale kingitus töötajatele.

7. MUUSIKA – DJ on odavam kui bänd ning saab muusikat vastavalt peo olukorrale kohendada. Kui soovite muusikat terveks õhtuks ja soovite bändi, siis on mõistlik tellida bänd 3–4 setiks ja valida õhtujuht, kes hiljem DJ-ks kehastuks.

8. MAGUSTOIT – tellige minimagustoidud, mis on portsjoniteks jaotatud. Väga sageli tellitakse suur ja kallis tort. Hiljem peokäigus ringi vaadates on torditükkidest heal juhul võetud 1–2 lusikatäit.

Loe lisaks
pidupaev.ee

Otsid peoruumi nagu nõela heinakuhjast?

Lauluväljak

Korralda firmapidu Tallinna Lauluväljakul: korralda@lauluvaljak.ee

Killuke suminat **frimaüritusele**

MARILIIS PINN
erilehe toimetaja

Paljudel maailma venimajadel on oma restoranid ja ürituste korraldamise ruumid. Veinimõisad sobivad nii pulmadeks kui firmapeoks. Mõnda säärast külastades tasub lasta korraldada ka veinidegustatsioon.

Palju Eesti veinimajad korraldavad veinikoolitusi, kuid päris veinitegija külastamine on hoopis teine kogemus. Eestis korrldab degustatsioone näiteks Muhu Veinitalu, kus saab tutvuda ka viinamarjaistandusega.

Euroopas on valik laiem. Viinamarjamägesid leidub nii Saksamaal, Prantsusmaal, Itaalias ja näiteks Luksemburgis. Mõnda riiki külastades võiks mõnel ettevõtte väljasõidul astuda läbi ka veinimajast, et koguda uusi maitseid.

Veinimajade omanikud on kogenud firmapidude korraldajad ja lisaks veini maitsmisele näitavad üldiselt hea meelega ka oma tootmist.

TAVA on mitte alustada veinidegustatsiooniga enne kella üheksat hommikul, aga varem võib alati tootmise ja viinamarjapõldudega tutvuda. Pildid tehtud Luksemburgi Moseli oru veinimajades.

FOTOD: KRISTO KRAFT

Tasub teada
Veinidegusteerimine algajatele

1. Veinidegusteerimise eesmärk on anda võimalus maitsta erinevaid veine. Venidegusteerimine sobib erinevatele ettevõtte üritustele, seminaripäeva lõpuks, peole jne.

2. Veinidegusteerimine annab korraga võimaluse tutvuda mitmete veinidega, tavaliselt proovitakse 4–10 veini, sõltub huviliste arvust ja ajalimiidist.

3. Kuigi veinidegustatsioonil ei valata kunagi klaasi täis, tuleb siiski meeles pidada, et tegu on joovastava joogiga. On täiesti aktsepteeritav mitte tarbida kogu välja valatud kogust. Suuremal degusteerimisel on kasutusel ka spetsiaalsed anumad, kuhu saab ülejäägi valada.

4. Sülitada või mitte? Paljud kogenud degusteerijad sülitavad veini välja, et vähendada alkoholi liigtarbimist, sest veini maitse hindamiseks ei pea seda alla neelama.

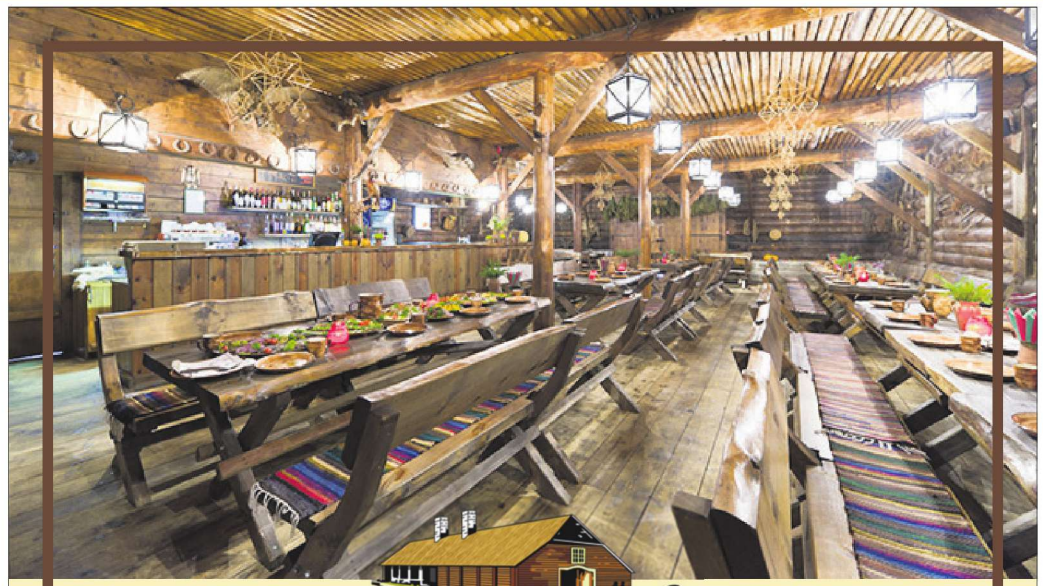
5. Veini maitsmine algab selle aroomiga tutvumisest, võta klaas kätte ja tõmba sugev sõõm veiniaroome ninna.

6. Veini parimaks maitsmiseks tasub seda suus liigutada, puristada, et kogu keel puutuks vedelikuga kokku. See võib pisut naljakaid helisid tekitada, kuid kõik on aktsepteeritav.

7. Suitsetamine on täielikult välistatud igal veinidegusteerimisel. Ka ei tasu enne veinidegusteerimist end liialt lõhnastada.

8. Viisakas on külastatud veinimajast üht-teist ka kaasa otsa.

ALLIKAS: WINE FOR DUMMIES



AD. 1802
Viitna Kõrts

Viitna Kõrts pakub ettevõtetele oma maalilise asupaiga ja hubase interjööriga mõnusat peo pidamise paika. Majas asub suur saal, mis mahutab kuni 120 inimest ja väike saal ehk matsikamber, mis mahutab kuni 45 inimest.

Firma jõulupidu on väga hea võimalus tuua töövälisel kokku kõik need inimesed, kellega koos veedetakse ühiste eesmärkide saavutamise nimel üsna suur osa oma ajast. Olenemata ettevõtte suurusest, peaks jõulupeole olema kutsutud eranditult kõik ettevõtte töötajad.
Firma jõulupidu on ka hea võimalus luua ettevõttesse mõni uus traditsioon. Kuna just töötajad on firma kõige olulisem ressurss, siis ära unusta neid jõulupeol ka tehtud töö eest väärilselt tasustada ja miks mitte seda kõike teha just Viitna Kõrtsis.

Pakkumist küsi: **info@viitna.eu**
või tel **+372 520 9156**
Menüüdega saab tutvuda meie kodulehel
www.viitna.eu

USIN TEEB SULLE
PEOLAUA NAGU KODUS!

Telli tooteid meie e-poest või külasta meie kauplusi Keilas ja Tallinnas

Kauplus-kohvik Keilas
Tehase 1, Keila, 76605
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!

Kauplus Tallinnas
(Õismäe tee 115a)
Kauplus on avatud:
E-L 10.00-20.00
P 10.00-17.00

www.usin.ee

Eesti Pärimusmuusika Keskus

Korralda konverents, seminar, koolitus Viljandi pärimusmuusika aidas!

Pärimusmuusika ait on Viljandi lossimägedes tegutsev kaasaegne kontserdimaja ja kultuurikeskus.

Korraldajat ootavad aidas erinevad ruumid, kaasaegne konverentsitehnika, catering, ainulaadsete vaadetega kohvik ning loominguline, pärimusmuusikat täis õhkkond.
Soovi korral koostame meelelahutusprogrammi.

Info: Silja Liivamägi • silja.liivamagi@folk.ee • +372 434 2072 • www.folk.ee

Pane tähele!

Ebaõnnestumised, mida külalised vihkavad

Ebaõnn on suurepärane võimalus õppida, kuid teha ikka ja jälle samu vigu, on lihtsalt ärritav. Suur vahe on, kas üritus kukub läbi meist sõltumatute tegurite tõttu või sellepärast, et me ignoreerime varakult aspekte, mis viivad katastroofini.

JULIUS SOLARIS
EventManagerBlog.com

Ebaõnn võib tabada meid kõiki. Mõnikorda asjad lihtsalt lähevad valesti. Teinekord oleme ise süüdi, et asjad ei tulnud välja. Siin kirjatükis vaatame just neid juhuseid, kui oled sündmust planeerides ebaõnnestunud.

Inimesed, kes planeerivad üritusi, peaks olema ebaõnnestumistega kokku puutunud, sest see võib luurata iga nurga taga. Ebaõnnestumine on sinu sõber, õpi temalt. Siiski on teatud käitumismustreid, mida teame olevat valed, kuid astume sellest hoolimata ikka ja jälle sama reha otsa.

Ebaõnn on suurepärane võimalus õppida, kuid teha ikka ja jälle samu vigu, on lihtsalt ärritav. Suur vahe on, kas üritus kukub läbi meist sõltumatute tegurite tõttu või sellepärast, et me ignoreerime varakult aspekte, mis viivad katastroofini.

Esinejad. Alati samad esinejad. See ajab mu hulluks. Elementaarne on, et pidevalt otsitakse uusi esinejaid, et sündmustele värskust lisada. Kuid siiski on ürituste korraldajaid, kes järjekindlalt kutsuvad esinema samu isikuid.

Valged mehed. Kuigi nimed võivad erineda, siis esindavad nad ikka vaid ühte demograafilist gruppi. Leia erinevamaid esinejaid.

Esinejana väldin kohti, kus olen varem üles astunud ja utsitan, et teeksid sama. Vaadake konverentside ja messide kavasid. Muutust on vähe, sest korraldajad on laisad.

Tehnika. Wifi ei tööta. Andke andeks, aga on aasta 2016 ja wifi leiutati juba 1985, ärikasutuses on see 1999. aastast. Kas see pole piisav aeg see tööle saada? Külalised tahavad säutsuda, lugeda meile, *like*'ida, pin-e panna. Mõtle sellele, kui korraldad ürituse paekivikeldris. Töötav wifi on sama oluline kui toimiv tualett.

Kava PDFina. Vabandust, kuid sündmuse programmiga tutvumiseks ainuvõimalik viis ei tohiks olla PDFi alla laadimine. Ka hägune pildifail ei sobi kavaks. Sündmuse turundamisel on ülioluline, et info oleks lihtsalt kättesaadav ja et ka otsingumootorid selle leiaks. Maailmas on mitmeid äppe, mis aitavad teha ilusa ja dünaamilise kava.

Ettekanded ühte kohta. Olen viimasel 2–3 aastal külastanud sadu konverentse, kuid vaid mõnel olen saanud kõik ettekanded alla laadida ühest kohast. Ära sunni seminari külastajaid ettekandjatelt slaide nuruma, mis tihti lõppeb ülisuurte manustega e-kirjadega. Pane ettekanded oma veebi või kasuta mõnda slaidijagamise keskkonda.

Ei tea, mis on *hashtag*. *Hashtag* on mugav viis sündmus veebis nähtavaks teha. Selleks peab olema sündmusel kõlav nimi.

Vilets veebileht. Iga päev luuakse uusi tehnilisi lahendusi, mis aitavad sündmuste planeerimist lihtsamaks teha. Kuid nn kodubaas peaks olema siiski ürituse koduleht, kust osalejad saavad kätte kõige olulisema info. Sellest hoolimata on enamus sündmuste veebilehed pehmelt öeldes kohutavad.

Pole videot eelmisest korrast. Selle ülespanek võtab moodsate lahenduste abil 30 minutit ja samas ürituse turundamisel on sellel hindamatu abi.

Liiga palju tehnoloogiat ja sotsiaalmeediat. Lae alla ürituse äpp, liitu kommuuniga, säutsu Twitteris, *like*'i meid Facebookis, saada meile videoid jne. Pea nüüd hoogu! Piisab ühest-kahest tehnilisest vidinast.

Liiga vähe tehnoloogiat. Ekstreemsused ei ole kunagi head. Ka täielik tehnoloogia vältimine näitab, et sa ei austa ürituse külalisi. Elementaarne tehnoloogiavahendite kasutamine on kohustuslik.

Üldine. Inimesed ei tea, mis toimub ja kuhu minna. Kui näed, et inimesed liiguvad su üritusel sihitult ringi, tee kindlaks, kas see on nende vaba valik, või sinu planeerimatuse tõttu pole neil halli aimugi, mida teha või kuhu minna. Ürituse korraldajate juures hinnatakse sageli nende võimet detailidele tähelepanu pöörata, kuid palju olulisem on enesekindlus üritust ohjata.

Ära korralda üritust vaid keskmisele inimesele. Mõtle ka teistsugustele inimestele, neile, kes liiguvad ratastel, kes ei näe ega kuule.

Aeglane kohapealne registreerumine. Pole midagi paremat, kui üritust alustada sabas seistes. Või siis mitte. Kas oled ikka teinud kõikvõimaliku, et registreerumist kiirendada? Kas piisab näiteks mobiilist koodi skannimisest?

Sama igav formaat. Registreerumine, avakõne, peakõne, esimene-kolmas sessioon? See pole eriti põnev. Isegi kui sisu on põnev, hävitab entusiasmi selle igav esitlus. Kõik, isegi korduvad üritused, on erakordsed. Miks mitte katsetada uute formaatidega, et seda veelgi rõhutada?

Närvilised korraldajad. Ürituste korraldamine on stressirikas. Kuid professionaalne ürituste korraldaja ei tohiks seejuures kustunud olla. Kui sa pole üritusel viibimiseks piisavat särav, leia endale asendaja.

Alkohol. Ürituse sisu puudumist ei saa kompeseerida ohtra alkoholiga. Kehtestama ei peaks päris kuiva seadust, kuid külaliste täis jootmise asemel leia paremaid viise, kuidas nad omavahel suhtlema panna.

Majutus. Aita külalistel leida sobiv. Ühe hotelli soovitamine ei ole piisav.

Keskkond, ka selle peale tuleb mõelda. Trendisõnana alustanud keskkonnasääst kogub üha suuremaid tuure ja ka ürituste korraldajad peaksid mõtlema, kuidas loodust hoida.

Osalejate andmete jagamine. Jah, me teame, et paljud ettevõtted toetavad seminare ja konverentse, et saada osalejate e-posti aadressidele küüned taha. Kuid me ei peaks seda infot nendega jagama. Külastajad maksavad osalemise eest raha ja ei taha, et neile rämpsposti saadetakse. Saada vaid teated sündmusest.

Kokkuvõtteks. Tean, et tekst on pisut karm. Kuid tegin 2008 sarnase ülevaate ja midagi olulist pole muutunud. Kuid usun, et korduvaid vigu annab vältida, kui neile tähelepanu pöörata.

Planeeri nüüd üks esmaklassiline üritus!

ERILINE FIRMAPIDU
TIPNEB ERILISE
KINGITUSEGA
LOODUSVÄGI
MAHE JÕHVIKAGLÖGI
GLÖGI
MARINEERITUD KUKESEENED
MAHEDUS KÄSITÖÖ KOMMIVABA
MAHE KÕRGLEMMES
ASTELPAJU SIIRUP
JÕHLAMOOS
VÄGA GURMEE KÜPSISTE MAHEDUS
VÄGA GURMEE KÜPSISTE MAHEDUS
VÄGA GURMEE KÜPSISTE MAHEDU

FIRMAPIDU 11. oktoober 2016
toimetaja Mariliis Pinn, tel 667 0111, e-post toimetajad@aripaev.ee

Sürrealistlikud, boheemlaslikud **või vaiksed** mängulusti **täis jõulud**

LIIS KONOVALOV
kaasautor

Sellel aastal koguvad populaarsust väga erinevad lahendused. Pühadeaegne norm on asendunud millegi erilise ja piire murdvaga ning võimalusi kodu või kontori kaunistamiseks on lõputult. Sürrealistlikud laborid, boheemlaslik aardelaegas, vaikne harmoonia ning mängulust võtavad üle 2016/2017 aasta jõuluhooaja. Neid on lihtne sobitada erinevate interjööride ja kontseptsioonidega ning vaid mõnest elemendist piisab, et kogu ruumile uus ilme anda.

Stiilinõuandeid selleks aastaks. Sürrealistlik laboriteema toob jõuluhooaega populaarse *steampunk*'i. Fookus on imetabastel objektidel, mis üllatavad oma kuju ning struktuuriga. Efekt saavutatakse 3D-printimistehnoloogiat ning LED-valgustusi kasutades. Värvigamma varieerub lõheroosast kristalse siniseni. Külmad hallid ja sinised toonid rõhutavad avangardlikku atmosfääri. Materjalidest on kasutusel foolium, akrüül ja lateks.

Boheemlaslikud aarded seevastu kombineerivad luksuslikku lihtsusega. Loodusest ja seitsmekümnendatest inspiratsiooni saanud värvigammas on esindatud kõrvitsate oranžikas, peetide punane ja herneroheline. Motiividena kasutatakse lilli, pilvi, mosaiike, lilleornamentikat ning joonistusi. Materjalideks brokaat, erinevad tikandid, suled, velvet – kõik, mis seostub luksusega. Nende kõrval on esindatud ka askeetlikud materjalid, nagu näiteks klaas, puit ja puuvill.

Kes luksusest on küllastunud, saab nautida kergust ja lihtsust. Kolmas selle hooaja trend ütleb selgelt, et vähem on rohkem. Puhtad ja lihtsad materjalid ning kvaliteetne käsitöö loovad kutsuva ja rahustava keskkonna. Kasutusel on looduslikud materjalid ning loomuliku valguse toonid, nagu näiteks elevandiluu, vanill ja mesi. Lina, vill, kašmiir ja meriino segunevad kvaliteetpuidu, klaasi ja portselaniga. Kaunistuste viimistlus on natukene kare, jättes teadlikult hingega valmistatud toote mulje. Kõik disainid on minimalistlikud.

Unikaalne ja ootamatu nooruslik stiil vastandub kõigele eelnevale ning lubatud on kõik. Kombineeritakse materjale, mida seni pole kombineeritud, taasavastatakse vana ja traditsiooniline ja segatakse see uudsega. Dekoratsioonidest jääb mulje, nagu oleks kirglik kollektsionäär lõpuks oma üksikesemed kappidest välja toonud. Dekoratsioonidena ei kasutata ainult tavalisi jõulusümboleid, vaid räägitakse inimese enda lugu. Jõulukaunistustesse jõuab teksamaterjal, geomeetrilised mustrid, plastik ning ka puit. Ülipopulaarsed on sel aastal LED-tuled, millega saab kaunistada nii ruume kui ka söögilauda, samuti saab neid ära kasutada jääd murdvates mängudes.

Seltskonnamängud jõulupeole. Jõulupidu ette valmistades tuleb dekoratsioonidele lisaks mõelda ka sellele, mis inimestel teha on. Just meelelahutus on see, mis loob unustamatu koosviibimise. Kasutada võib DJ-d, kutsuda esinema bändi või mustkunstniku. Midagi peaks pakkuma ka neile, kellele lihtsalt tantsimisest ja suhtlusest väheks jääb. Miks mitte mängida jõulupeol lauatennist või minigolfi?

Taimetoitlus on uus must. Toidus hinnatakse sel aastal kohalikku toorainet. Aukohale tõstetakse kodumaised supertoidud, nagu näiteks pohlad ja jõhvikad. Gurmeeliku nüansi lisamiseks võib tavapäraseid toite garneerida tilga trühvliõliga.

Toidutrendid on veganluse poole kaldu rohkem kui kunagi varem. Suurele kollektiivile lauda kattes peab arvestama sellega, et valikut oleks kõigile. See ei tähenda liha söögilaualt välja jätmist või norilehtedesse keeratud valeverivorste, vaid seda, et rikkalikult on esindatud ka kõik taimne, millega enda taldrik üle kuhjata. Kui aga teadlikult taimse toidu teed minna, võib pearoaks valmistada vürtsika *teriyaki*- või tšillimarinaadis tofu.

Joogid jõululauale. Roogade kõrvale soovitatakse sel aastal pakkuda mulli. Klassikaline õunamahl saab kihisevast mineraalveest väärika täienduse. Tagasi on tulnud ka kokteilid, kuid jõuluses kastmes. Margarita saab endale seltsiks jõhvika ja apelsini, šampanjat võib segada granaatõunamahlaga. Jookide sisse sobib ka vürtsikas ingver, samuti võib külmast õhust tulijaid üllatada alkoholi sisaldava kuuma šokolaadiga. Jõhvikas passib koos kaneelikoorega ka hõõgveini sisse. Parem valida mõned üllatavad joogid, kui lasta inimestel järjest oma booliklaasi täita.

Jõuluvana on öko. Ühelt korralikult jõulupeolt ei puudu pungil kotiga vana. Loosipakid tõstatavad alati kaks küsimust. Mida kinkida inimesele, kellel on kõik olemas ja mida kinkida inimesele, kellest sa mitte midagi ei tea? Et vältida kappidesse kuhjuvad dekoratiivelemente (kellele on vaja veel üht ükssarvikukujulist teibihoidjat?), tasuks kingid valida praktilisuse ja ökoloogilisuse põhimõttel. Puidust hiir, korduvkasutatav kohvitops, luksuslik märkmik või taastäidetav tindipliiats üllatavad, pakuvad silmailu ja leiavad ka kasutust. Pikka aega omal kohal püsinud ülemusele võib kollektiivi poolt kinkida näiteks bonsai.

VÕIMALUSI jõulukaunistusteks on lõputult, miksi neid sürrealismiga, et saada omapärasem tulem.

TASUB TEADA
Kuus ideed kontori kaunistamiseks

1. **Kommid lauale!** Kontorisse saabujaid tervitab kommikauss, kuhu pühadehooajal saab valida triibulised piparmündikommid ning valget lund meenutavad vahukommid.
2. **Kaunistused lakke!** Kui kuusele pole kohta või pole see veel metsast ära toodud, võib kaunistusi riputada ka kardinapuude või lampide külge. Sobivad nii paberist lõigatud lumehelbed kui ka jõulutuled, lisada võib värvikaid paelu.
3. **Kontoripäkapikud tööle.** Kes ütles, et täiskasvanud ei taha leida tööle tulles soki seest magusat üllatust? Koridoriseinale võib riputada ritta klassikalised jõulusokid ning valida päkapikud nende täitmise eest vastutama.
4. **Kaunistus, mis ei riku töövõimet.** Kui tavapärased kaunistused hakkavad tähelepanu endale tõmbama, võib siiasinna asetada kõrgeid klaasvaase, mis on värvilisi jõulukuule täis.
5. **Ilu ka väljastpoolt vaadates.** Akendele sobivad lihtsalt rohelised pärjad, miks mitte pohlade ja käbidega kaunistatud.
6. **Unustatud mänguasjad.** Vaikselt meenutab jõulude saabumist nõupidamisruumi lauale otsekui unustatud sõnamäng, kus kirjas head soovid. Samuti on jõulude paiku pikk koolivaheaeg ja tasuks arvestada võimalusega, et lapsed mõnikord koos vanemaga tööle kaasa tulevad. Mõned kaunistatud puud koos puidust raudtee ja paari päkapikuga viivad meid tagasi lapsepõlve, kus kõik oli võimalik.

PIIM Päeva pärl ESITLEB

Vanamõisa Jõulumaa

12.-17.12 PROGRAMMID LASTEAIA- JA KOOLILASTELE NING ETTEVÕTETELE ETTETELLIMISEL

18.12 VANAMÕISA JÕULUMAA JA JÕULUTURG AVATUD KÕIGILE 11.00-16.30

JÕULUTURG

JÕULUETENDUSED

SEPIKODA

JÕULUTALL

PROGRAMM JA TEGEVUSED JÕULULAVAL

JÕULURONG MUINASJUTUJAAM

MEISTERDAMISE KODA

JÕULUVANA JÕULUKODA

SELVER · Kalev ANNO 1806 · ARULA VEOD · CRAMO · ROADSERVICE · 20 AASTAT

WWW.VABAÕHUKESKUS.EE

Рождественский пароход «Katharina»

Ресторан с лучшим видом в Таллинне

Проведения Новогодних и Рождественных праздников

www.sunlines.eu
tel. 50 32 321

FIRMAPIDU 11. oktoober 2016
toimetaja Mariliis Pinn, tel 667 0111, e-post toimetajad@aripaev.ee

SUURVESI Soomaal kevadel.
FOTO: ANDRAS KRALLA

Väärtuse loomine erilise **elamusega**

DR ANU LEPPIMAN
TTÜ turunduse professor, elamusturunduse uurimisgrupi juht, elamusja suhtlemisekspert ja Lapi ülikooli teenusedisaini ja -suhtlemise adjunkt professor

Jätkuv üleilmastumine, võrgustumine, digitaliseerumine ja turgude küllastumine on trendid, mida tuleks turunduskommunikatsioonis ja tarbijakäitumises üha enam arvestada, tõstes nii uurijate kui ka turundajate tähelepanu keskmesse toodete ja teenuste elamuslikkuse ja tarbija emotsioonid.

Tänapäevase teadmusmajanduse kõrval areneb pidevalt elamusmajandus, mille keskmes on klientidele ja tarbijatele väärtuste disainimine ning selle tähenduse kujundamine elamusturunduse abil. Elamusturundus on osa elamusmajandusest, mis lähtub turgude küllastuvuse eeldusest ja baseerub tarbijatele elamuse kui lisandväärtuse loomisel ja turundamisel.

Elamusdisain ja -turundus võivad suurendada ettevõtete konkurentsivõimekust, kui oma tegevuse, brändide, toodete ja teenustega suudetakse luua tarbijale ja tarbijaga koos tähendusrikkaid ja muljetavaldavaid kogemusi, mida hiljem n-ö vabatahtlike turundajatena edasi räägitakse.

Seejuures ei saa unustada, et tarbija teadlikkuse kasv ja kiire infotehnoloogia areng on muutnud turunduskommunikatsiooni ja majandusliku konkurentsieelise haavatavamaks nii tarbijasõnumite raskesti kontrollitavuse kui ka uuenduste kiire kättesaadavuse ja kopeeritavuse tõttu.

Mida tarbija tegelikult ostab? Teame, et tarbijale ei piisa enam tavalisest, õigeks ajaks kohaletoimetatud tootest või lubatud kvaliteediga teenusest – ta ootab, et talle pakutakse sümboleid, tähendusi ning nendega seotud elamusi.

Tarbija ostab stiili, isikupära ja uusi lahendusi, seega soovib ta leida midagi erilist, isikupärast, meeldejäävat, tema probleeme lahendavat või elu(kvaliteeti) muutvat. Tarbija huvitub edukusest, heaolust, oma juurtest ja tervisest. Teda köidab nii koosolemine ja -tegemine kui ka individuaalne vaimne ja füüsiline tegevus ja sellise tippkogemuse eest on ta valmis maksma kõrgemat hinda. Seega peame disainima ja turundama sümbolite ja tähendustega seotud elamusi, leidma elamuslikke kokkupuutepunkte toodete, teenuste ja brändidega, mis selgelt eristuvad ja pakuvad uusi väärtusi.

> **Tarbijat köidab nii koosolemine ja -tegemine kui ka individuaalne vaimne ja füüsiline tegevus ja sellise tippkogemuse eest on ta valmis maksma kõrgemat hinda.**

Turundus kui elamus. Elamust määratletakse kui meeldejäävat, tähendusrikast, mõjukat tippkogemust ja sündmust. Kuid sõna üksi ei too ettevõtetele ega turundajatele kiiret edu. Tuleb aru saada, et bränd, toode, teenus, üritus jne on vaid stiimulid. Elamuskogemus on tähendussuhe stiimuli ja tarbija tajulise tegevuse vahel ning on elamuslikkusest moodustuv, tarbijale eriti tähendusrikas kogemus. Elamus kui kliendile erakordne, kontrastne, tähenduslik ning meeldejääv tunde- või teadmuskogemus, mis tekib kokkupuutest sündmuse, ettevõtte, brändi, toote või teenusega, võib muuta tarbija isiklikke arvamusi ja käitumist.

Kuigi elamus kui kogetud ratsionaalne tõelisus on alati subjektiivne kogemus ja sageli eri tegurite summa, saavad turundajad tarbija elamuskogemust suunata ja disainida.

Disain ja loovus. Disain tööriistana ja loovus on olulised elemendid elamusdisainis ning väärtusproportsioonide koosloomes.

Tootedisain on elamusmajanduse tingimustes mitmekesistunud ning hõlmab lisaks füüsiliste toodete kujundamisele ka teenuste, elamuste ja äriideede disaini. Elamusdisain mitte ainult ei lisa väärtust tarbijale, vaid on ka tulutoov ettevõttele, luues uut või aidates parendada juba eksisteerivat elamustoodet või -teenust, ja tehes neid hõlpsamini kasutatavaks ja ihaldatavaks klientidele ning efektiivsemaks ja tulusamaks ettevõtetele.

Elamusdisain hõlmab nii elamustoote elemente kui tegeleb ka teenusedisainist tuntud kliendi teekonnaga ehk kogemuse disainimisega. Protsessi alguses määratleb ettevõte oma brändiväärtuse ja toote/teenusearenduse eesmärgid. Järgneb uurimine, mille käigus keskendutakse sihtrühmadele ja nende tegelike vajaduste väljaselgitamisele ning toote võimaluste ja konkurentsiinfo kindlakstegemisele. Ideeloome käigus pakutakse loovate meetodite abil uusi tooteideid leitud sihtrühmadele. Arendamise käigus valitud tooteideedest moodustatakse elamuslikke tootekontseptsioone, mida piloteeritakse, teostatakse ja turundatakse.

LEO – The Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry on uurinud koostöös Lapi ülikooli, USA ja Hollandi teadlastega innovatiivseid meetodeid ja loonud elamuspüramiidi mudeli, et toota, hinnata ja turundada elamusi. Mudel kontrollib kaht perspektiivi: elamuslikkuse kriteeriumid ehk toote elemendid kui kliendi kogemust mõjutavad faktorid, ja kliendi kogemuse tasemed.

Et toode oleks elamuslik, peaks ta sisaldama kuut elementi: individuaalsus, autentsus, lugu, mitmemeeleline tajumine, kontrastsus ja suhtlemine ning mainitud elamuskriteeriumid peaksid liikuma püramiidis mööda kliendi motivatsiooni, füüsilise, intellektuaalse ja emotsionaalse kogemuse tasemeid.

Kuigi elamuskogemust ei saa garanteerida, luuakse sellele raamistik. Turundajatel on võimalus kliendis toote vastu huvi äratada motivatsioonitasemel, kus toimub tarbija turunduslik mõjustamine. Elamus luuakse disainiprotsessis turunduskommunikatsiooni varal kliendi ootustele vastavalt toote kohta, elamuskogemus tuuakse kliendi teadvusesse.

Motivatsioonitasemel peaksid võimalikult mitmed kuuest elamuskriteeriumist täituma ka turundussõnumites. Kuidas toode kõnetab tarbijat ja eristub muust reklaamist? Millise lubaduse anname ja kas see on teostatav? Kas sõnumis sisaldub info, et toode/teenus on tajutav mitme meelega? Kuidas lugu ja selle tähendust tarbijale vahendatakse ja kuidas lugu teostub sõnumis? Teisisõnu, elamusturunduse sõnumid võiksid olla võimalikult individuaalsed, autentsed, mitme meeleorgani poolt tajutavad, unustamata suhtlemist, kontrastsust ja innustavat lugu.

Elamused disainitakse ja lavastatakse. Turundaja on disainer, lavastaja, psühholoog, konsultant ja tarbija hinnangute kujundaja. Lõpliku tähenduse annab brändile/tootesuhtele tarbija tegutsemine.

Elamusturism: **Soomaa.com**

AIVAR RUUKEL
elamusmatkade korraldaja Soomaal

Et kõik ausalt ära rääkida, pean alustama sellest, kuidas ma sain Kaja peatoimetajalt kirja: "Ajakirja mainumber tuleb elamusmajandusest. Kas tahaksid kirjutada sel teemal n-ö praktiku mätta otsast vaadates artikli? See on paljuski,millega sa tegeled Soomaal."

Olen nõus. Mida muud kui Soomaa elamusi ja kogemusi ma oma klientidele veel pakun? Nii on see olnud üheksakümnendate algusest, kui me oma turismitaluga ja loodusmatkadega alustasime. Tõsi, Pine ja Gilmore lõid elamusmajanduse kontseptsiooni alles 1998. aastal, aga eks nemad ju kirjeldasidki seda, mida nad nägid majanduses toimuvat.

Olen veendunud, et sellele turismisuunale, mis jääb väljapoole kuurorte, teemaparke ja linnakeskkonda ehk siis tööstuslikku massiturismi, on alati olnud omased elamusmajanduse tunnused. Ei saa ju rääkida tõsimeelselt loodusturismitööstusest või näiteks maaturismitoodetest? Põgusal vaatlusel saame aru, et tööstuse asemel on tegemist väikeste elustiiliettevõtetega ja et nad ei paku liinitooted, vaid iga kord luuakse uus kogemus, milles kandev roll korraldaja ja kordumatute loodusolude kõrval on alati ka tarbijal ehk turistil. Iga inimese külastuselamus saab sel moel unikaalne.

Elamusturismi peamine vundament on lähtumine paigast. Soomaad saab kogeda ainult Soomaal, Saaremaa elamust saab Saaremaal ja Hiiumaa kogemus on Saaremaast totaalselt erinev. Tööstusliku massiturismi ettevõtted nagu hotellid, teemapargid, kuurordid jms võivad olla üksteisega äravahetamiseni sarnased. Turismiettevõtja, kes selle lihtsa mõistmise selgeks saab, ei pea muretsema teiste sihtkohtade konkurentsi pärast. Iga paik on kordumatu. Ole ainult tähelepanelik neid erilisi väärtusi avastama, hoolas neid hoidma ja tark neid oma tugevusteks seadma.

Turistid otsivad ainulaadseid elamusi. Üha enam reisijaid soovib kogeda midagi külastatavale piirkonnale ainuomast ja ehedat, saada osa kohalike inimeste elust. Käia seal, kus käivad kohalikud, teha midagi sellist, mida teevad kohalikud. Näha ja kogeda midagi, mida turistid ei näe ega koge. Minu jaoks ei ole kunagi olnud probleemiks sakslaste või jaapanlaste seenemetsa kaasa võtmine. Vastupidi, see on täiesti ohutu, ei tule nad ju iseseisvalt tagasi neid kalleid seenekohti salaja väisama.

Teinekord arvatakse ekslikult, et autentsus on see, kuidas inimesed varem on elanud, usutakse, et külastajate õnnelikuks tegemiseks on parim viia nad muuseumi. Tegelikult on autentsus see, kuidas inimesed elavad praegu. Turiste huvitavad päris inimesed ja nende päris lood. Muidugi on põnev kuulata ka lugusid minevikust, eriti kui näiteks 50. aastate suurte üleujutuste kinnituseks toob Soomaa külamees toast pildialbumi mustvalgete fotodega, kust aknalauani ulatuv veetase tõestuse saab. Aga ka arutelud Nõukogude Liidu ja Euroopa Liidu erinevusest on alati köitvad. Elamusturismi ei eksisteeri kohalike inimeste ja nende lugudeta.

Kosutust saavad erinevad meeled. Meeldejääva kogemuse saame enamasti juhul, kui kosutust saavad meie erinevad meeled. Moodne elu on väga viltu nägemise-vaatamise poole. Kui aga on tahtmist, saab pakutavaid elamusi veelgi paremaks lihvida teisi meeli teadlikult esile tuues. Hea moodus on küsida oma klientidelt, milliseid aistinguid nemad mäletavad? Sel moel võib kindlaks teha, et Soomaa jõed lehkavad juulikuus niidetud heina järele, maikuus toominga õite magusalt, sügisel lammimetsa kõdumullaselt. Hääled, mis külastajaid Soomaal võluvad, on sookurgede varakevadised hõisked, rabapinnase oiged ja sisinad astuja jalgade all, hundiulg, talvine tuisk, aga ka vaikus soos.

> **Iga paik on kordumatu. Ole ainult tähelepanelik neid erilisi väärtusi avastama, hoolas neid hoidma ja tark neid oma tugevusteks seadma.**

Reisiraamatute kirjastus Lonely Planet andis paari aasta eest välja reisiraamatu "Kokad, klounid ja kauboid: 101 oskust ja kogemust, mida reisimisel avastada" ("Cooks, Clowns and Cowboys: 101 skills and experiences to discover on your travels"; Bain, Richmond et al.). Raamat hõlmab töötubasid ja elamusi eri kontinentidelt. Nende kõigi ühiseks jooneks on pakkuda võimalusi õppida midagi uut, mida tavaelus pole seni teha saanud. Soomaa ühepuulootsiku õpituba tutvustatakse seal kõrvuti Argentina tangotantsu klassidega ja lambapiimajuustu kursustega Maltal.

Niisuguste eriskummaliste reisiprogrammide kasvav populaarsus räägib sellest, et kohalike väärtustega saab luua kõiksuga pakkumisi. Elamusturismi turg on lõputult mitmekesine!

Ä Loe lisaks

Lugu ilmus kommunikatsiooniajakirja Kaja mainumbris.

Kommunikatsiooniajakiri KAJA tutvustab Eesti ettevõtete kommunikatsioonijuhtumeid, millest te muidu ei kuule; hoiab kursis kommunikatsioonivaldkonna trendide, uudiste ja uuringutulemustega nii Eestist kui ka kogu maailmast; tutvustab valdkonna parimate spetsialistide arvamusi, soovitusi, analüüse, juhtumite kirjeldusi. Ajakiri pakub lugemiseks huvitavaid ja harivaid tõlkematerjale, artiklite autoriteks on Eesti ja välismaa kommunikatsiooni- ja meediavaldkonna tipud.

Ajakirjast kasulikku lugemist ka turundusjuhid ja -spetsialistid, personalijuhid ja -spetsialistid, juhiabid, nõunikud, sekretärid jne.

Ajakiri ilmub 48-leheküljelisena kaheksa korda aastas.

Ajakirja septembrinumber on fookusesse võtnud kommunikatsiooniuuringud.

Vaata lisaks: www.bestmarketing.ee/premium/ajakirjad

Parima firmapeo korraldab Argentiina!

Avasta grilliparadiis pealinna südamest!

Lõunamaise hõnguga Argentiina restoran on lihasõprade meeli rõõmustanud juba pea 20 aastat. Pole mingit kahtlust, Argentiina restoran on tõeline grilliparadiis viies sind põnevatele maitserännakutele lihasõprade paradiisis.

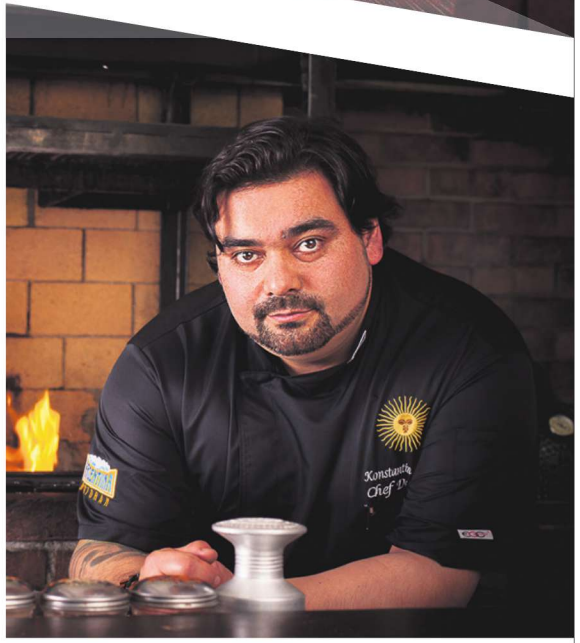
Argentiina restorani peakokk Konstantin Kisseljov on tuntud, kui suurepärane lihaekspert, kes valdab kõiki saladusi, kuidas steik eriti mahlaseks ja maitsvaks grillida.

Tema missiooniks on kõigi lihasõprade maitsemeelte piiride avardamine. Suussulavad steigid valmivad elava tulega säriseval grillil otse klientide silme all. Põnevaid valikuid jagub nii liha- kui ka kalasõpradele. Toidu maitse toovad veel paremini esile hoolikalt valitud Argentiina ja Tšiili veinid ning klassikalised Prantsuse, Itaalia ja Hispaania veinid.

Hubase sisekujundusega restoran pakub mõnusat äraolemist nii privaatsuse soovijatele kui ka suurematele seltskondadele. Soojalt on oodatud külalisi korraldama restorani teise korruse privaatses saalis lõbusaid jõulupidusid, meeleolukaid koosolekuid, koolitusi, seminare, koosviibimisi, sünnipäevi ja muid tähistamist väärivaid sündmusi.

Maitseelamusi täiustab õdus interjöör, oma ala parimad teeninddajad ning vaimustav muusika. Lisaks maitsvale toidule saab nautida professionaalsete baristade valmistatud kohvi.

Just restorani teise korruse tantsuplatsiga privaatsaalis saab edukalt korraldada ettevõtte jõulupidusid, koosolekuid, seminare või koolitusi. Saali mahub kuni 60 istekohta.



Peakokk Konstantin Kisseljov muljetab:

Argentiina restorani peakokana on mul võimalus kasutada kõiki omandatud teadmisi ja kogemusi pakkumaks suurepäraseid maitseelamusi. Meie köögis segunevad Euroopa ja Argentiina kokandusstiilid, mis teineteist täiendades loovad suurepärase maitseelamuse. Grillimine on minu jaoks sama loomulik nagu hingamine: kui lased meeled vabaks, tead täpselt, mida tegema pead, et kõik oleks täiuslik."

Vii firma **fotojahile**

MARILIIS PINN
erilehe toimetaja

Loominguline fotomäng aitab meeskonda siduda ja koos uutmoodi tööle panna.

"Seikluslik meeskonnamäng pakub põnevust igas eas mängijatele. Fotojaht sobib hästi, kui otsitakse vaheldust ning soovitakse teha midagi uut ja põnevat. Fotojaht aitab lõõgastuda pikast koolitus- või seminaripäevast. Fotojaht murrab suhtlus- ja keelebarjääre ning liidab meeskonnaliikmeid," vastas seiklusmängu Fotojaht korraldav Hanno Egipt küsimusele, kellele fotojaht mõeldud on.

Lustlikud ülesanded. Fotojahil osalejate eesmärk on otsida üles paberfotodel kujutatud kohad ja pildistada samas kohas võimalikult loominguline foto, millel on jäädvustatud meeskonnaliikmed.

Iga paberfoto peal on vihje, kuidas meeskonnaliikmeid tuleks fotol kujutada. Ülesanded on humoorikad ning hea pildi lavastamiseks läheb vaja fantaasiat, julgust ja meeskonnaliikmete koostööd. Kaasahaaravas ja väga lõbusas mängus on ka võistlusmoment: meeskonnad üritavad oma fotodega vastasvõistkondi üle trumbata.

"Mäng sobib eriti rühmadele, mille suurus on 10–200 inimest. Ühe meeskonna optimaalne suurus on 5–8 inimest," selgitab Egipt. Üle 100 inimese korral saab jahti korraldada mitmes osas, jaht võib väldata ka terve päeva, olles üks osa suuremast üritusest.

Fotojaht sobib igas vanuses osalejatele ega nõua füüsilist pingutust. Seiklusmäng kestab koos fotode vaatamisega kuni 3 tundi, mängu jooksul jalutatakse, käiakse või joostakse läbi *ca* 3 kilomeetrit.

↑**FOTOJAHTI saab teha ka kostümeeritult.** FOTO: HANNO EGIPT / FOTOJAHT.EE

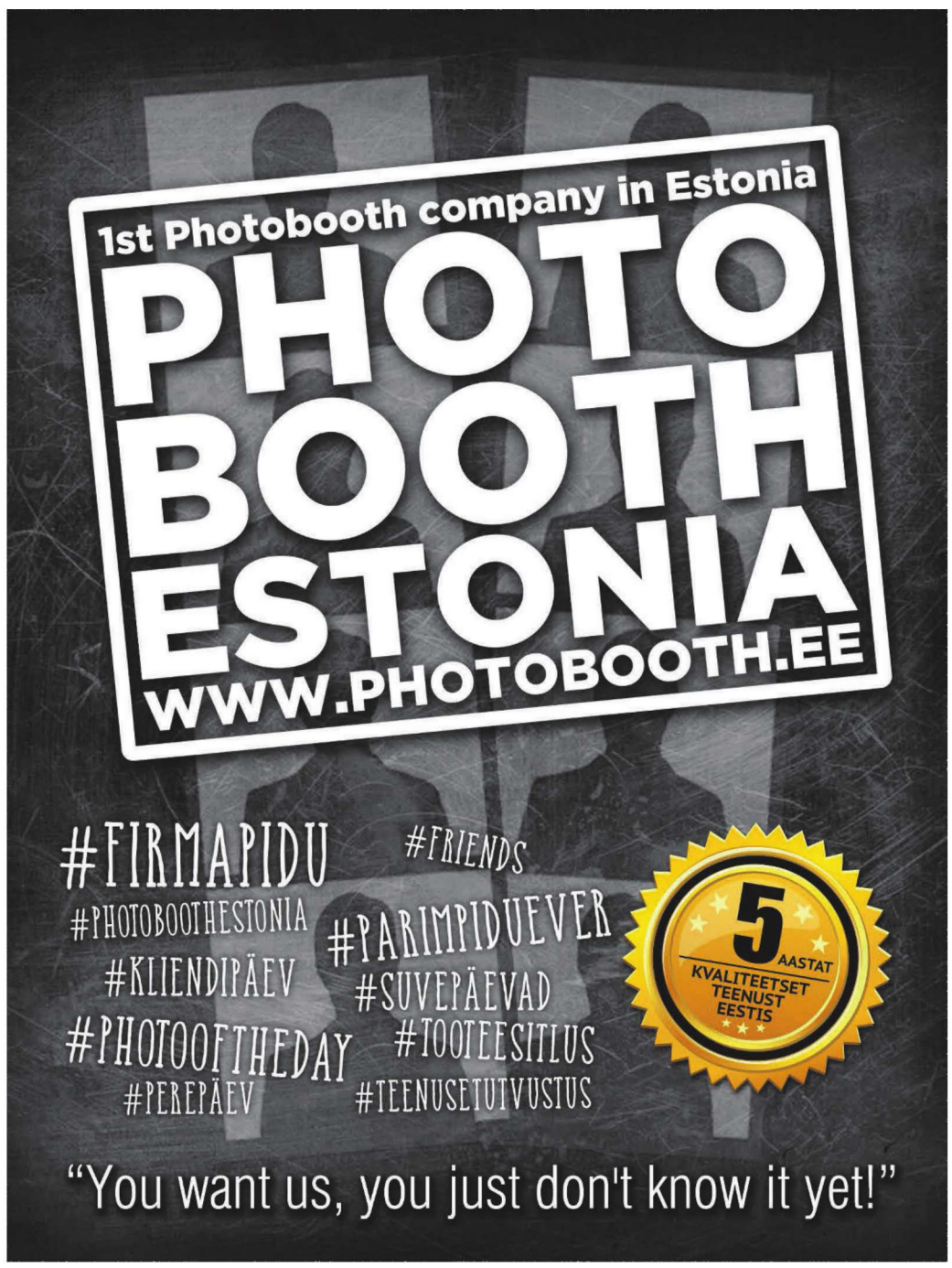
Fotojahti saab korraldada kõikjal Eestis, nii linnas kui maal – olgu selleks kas- või mõne väiksema puhkemaja ümbrus.

Kas fotojahti saab tähtpäevale vastavaks kohandada? "Saab küll. On olemas erineva temaatikaga fotojahid: Retro, Olümpiamängud, 1980-ndad, Eurovisioon, Maffiapere jne," toob Egipt välja.

Fotojaht sobib hästi, kui soovid vaheldust ning otsid midagi uut ja põnevat, see on segu lihtsast orienteerumisest ja meeskonnatööst, sest mängus läheb vaja loovust, veidi julgust ja suhtlemisoskust.

Tasub teada
Kuidas fotojaht käib?

1. Võistkondade moodustamine.
2. Iga võistkond saab digifotoaparaadi ja paberil kuni 20 fotot, mis on tehtud ümbruskonnas asuvatest objektidest. Igale fotole on kirjutatud ülesanne, mida võistkonnal tuleb selles kohas lavastada.
3. Võistkonnad peavad üles otsima fotodel kujutatud objektid ning jäädvustama seal oma võistkonnast lavastuslikud fotod, lähtudes neile antud juhendist.
4. Mängijad saabuvad tagasi, mängujuht laadib kõikide võistkondade fotod arvutisse ja seab vaatamiseks valmis.
5. Jaht väljas on puhas lõbu, kuid üritusele paneb punkti ühine piltide vaatamine suurelt ekraanilt. Koos saab meenutada naljakaid olukordi, rääkida teistele, kuidas üks või teine pilt tehti, ja võrrelda oma ülesvõtteid teiste omadega.
6. Selgitame välja parima foto ja võistkonna, kel õnnestus teha kõige lõbusamad fotod ning anname neile auhinna.
7. Fotodest valmib CD, mis jääb osalistele lõbusat üritust meenutama.



Kilimanjaro vallutamine.
Mägimatk Aafrika “katusele”.
5. - 13. veebruar 2017
Hind: 2490 €

Jalgrattareis **Peruus**.
Machu Picchust Amazonase džunglisse.
5. - 13. mai 2017
Hind: 2290 €

Matkareis **Indoneesias, Sulawesi saarel**. Tana Toraja surnute kultust uudistamas.
26. mai - 3. juuni 2017
Hind: 990 €

Jalgrattareis **Prantsusmaal**.
Veiniradadel Rhone’i orust Vahemere äärde Provence’i.
17. - 25. juuni 2017
Hind: 1590 €

Enduroreis **Gruusias.**
Mootorrattaga Gruusia metsikuid mägismaid avastamas.
1. - 9. juuli 2017
Hind: 1590 €

Jalgrattareis **Marokos**.
Tuhande ja ühe öö linnadest kõrbedüünidele.
1. - 9. aprill 2017
Hind: 1190 €

Matkareis **Iraanis**.
Kuumavast kõrbest salamõrtsukate kindlustesse.
18. - 28. mai 2017
Hind: 1490 €

Jalgrattamatk **Gruusias.**
Reis Svaneetias, Gruusia "Šveitsis".
16. - 24. juuni 2017
Hind: 1090 €

Jalgrattamatk **Gruusias**.
Rattareis Thušeetias: Euroopa ääremaal.
23. juuni - 1. juuli 2017
Hind: 1090 €

Matkareis **Venemaal, Altais**.
Jalgsimatk keset Siberi ürgloodust.
18. - 29. juuli 2017
Hind: 1490 €

Seiklusreisid

Rända sinna, kus ehe ja äge!

Kiiretele broneerijatele soodustused!
+372 5872 2433 I info@andmoments.com I www.andmoments.com
Reiside hinnas sisaldub kohapealse programmi hind, hinnas ei sisaldu lennupiletid sihtkohta ja tagasi, kui ei ole märgitud teisiti. Kiiretele broneerijatele suured soodustused!

&MOMENTS
Seiklusreisid

Ägedad kohad pidupäeva tähistamiseks

ANN VAINLO
pidupaev.ee toimetaja

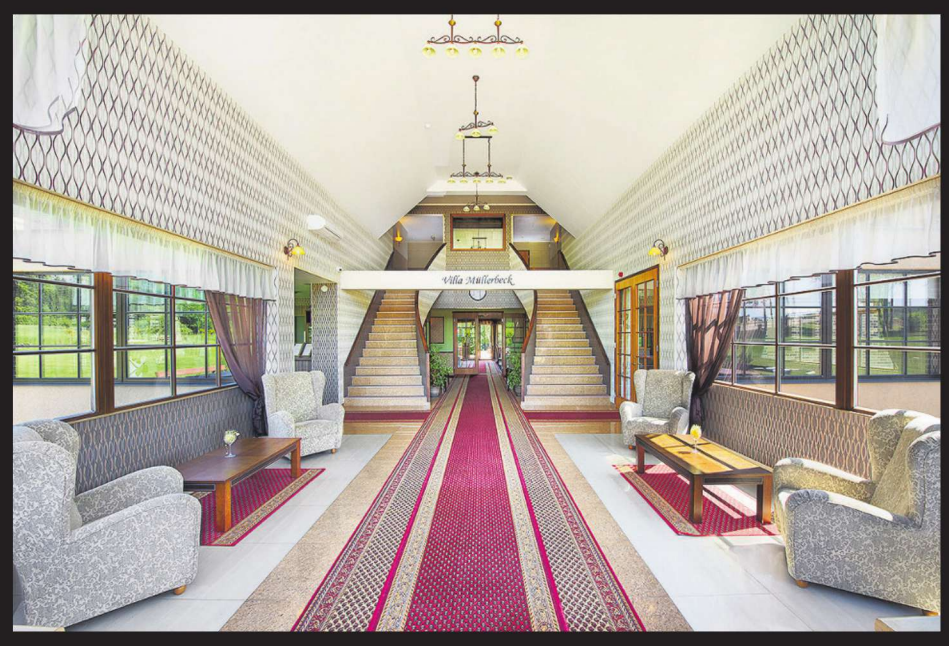
Pidupäevadeks sobivaid ruume otsides olen omal nahal kogenud, kuidas ebaõnnestunud ruumivalik ähvardab läbi kukutada kogu ürituse või nullida selle loodetud kasuteguri. Samas, põnev ruumivalik on andnud üritusele palju juurde. Nii-öelda elamuse saamiseks valitakse pidupäevaks enamasti võimalikult erinevaid kohti. Mõned ägedad peokohad/ideed lähtudes peol osalevate inimeste arvust.

KUNI 50 INIMESELE

UUS! Tark Bakter aitab sündmuse jäädvustada pudelitesse Tallinna kesklinnas. Nimelt on kuni 12 inimesel võimalus maailmatasemel pruulikojas meistrite käe all valmistada 300 pudelit päris oma käsitööõlu. Millised on teie eelistused? Vaata: www.pidupaev.ee/idee/valmista-paris-enda-kasitooolu-olle-meistri-abiga.

SeeSee Fotostuudio – lisaks paljude võimalustega ruumile 20 inimesele on võimalus korraldada ka professionaalne fotole jäädvustamine Tallinna kesklinnas. www.pidupaev.ee/idee/pidupaev-seesee-fotostuudios.

Pidupäev **Laululinnu külalistemajas** Lääne-Virumaal – kas pole juba nimi kutsuv? Hubane keskkond firmapeoks kuni 35 inimesele. www.pidupaev.ee/idee/pidupaeva-laululinnu-kylalistemajas.



Vm

Firma- ja jõulupidu
Villa Müllerbeckis

Meeleolukas jõulupidu on suurepärane võimalus tänada oma meeskonda, teha kokkuvõtteid lõppevast aastast ja veeta koos meeldivalt aega.
Kui soovid ettevõtte kollektiivi või sõpru üllatada erilise peoga, siis on meil Sulle pakkuda maagiline peopaik Otepääl, Villa Müllerbeckis!

Tel (+372) 6 33 11 00
info@villamullerbeck.eu

www.villamullerbeck.eu

50–100 INIMESELE

Mihkli-Salu Puhkekeskus Raplamaal ootab head seltskonda, kaminatuld ning hõrke piduroogi nautima kuni 50 inimest. www.pidupaev.ee/abimees/mihkli-salu-puhkekeskus.

Tõeline nõuka stiilipidu **KGB kohvik-muuseumis.** Pealkiri ütleb juba ise, millega tegemist. Lisaks stiilipuhtale ruumile ka humoorikas retrovaimus programm 50 inimesele Tallinna kesklinnas. www.pidupaev.ee/idee/huumoriprogramm-viis-aastak-nelja-aastaga.

UUS! Siniallika Trahter – peokoht Tallinnast vaid 30 km kaugusel pakub hubaseid ruume kaminaga ja maitsvat toitu 60 inimesele.

Müstika Tantsustuudio – lisaks põnevatele tantsuetendustele pakuvad ka müstilisi ruume Tallinna kesklinnas kuni 100 inimesele. www.pidupaev.ee/abimees/mystika-tantsustuudio.

Müüa luksuslik spaa – tegelikult ka! Viimsi SPA rendib terve keskuse teile pidupäevaks, mahutab 100 inimest. www.pidupaev.ee/idee/vee-ja-saunamonud-tallinn-viimsi-spa-st.

ENAMKUI 100 INIMESELE

Pidupäev troopikas – kõlab ju kutsuvalt? Tallinna Botaanikaaed ootab teid mitmete võimalustega, suurimasse ruumi mahub 120 inimest. www.pidupaev.ee/idee/pidupaev-troopikas.

Toosikannu Puhkekeskus on nii rikkalike võimalustega peokoht, kus leiab mõnusa olemise nii väiksem kui ka 120 inimesega seltskond. Lisaks mitmeid atraktiivseid võimalusi alates loomasafarist kuni ATV safarini. www.pidupaev.ee/abimees/toosikannu-puhkekeskus.

Lustivere külaselts ootab kõiki, kes Tartu ja Tallinna vahel tahavad korraldada pidupäeva kuni 170 inimesele. Ruum on suur ja võimalusi lustimiseks palju. www.pidupaev.ee/idee/pidupaev-lustiveres.

Järveveere Puhkekeskus Võrtsjärve ääres mahutab kuni 200 inimest. Lisaks ägedale peokohale on pakkuda laia valikut aktiivseks tegevuseks või lõõgastuseks. www.pidupaev.ee/abimees/jarveveere-puhkekeskus.

UUS! Eesti Kaevandusmuuseum – maa alla polegi vaja minna! Kenasti renoveeritud rikastusvabrik ootab teid unikaalsete ruumidega, kuhu mahub kuni 300 inimest. seminariruum.eu/location/eesti-kaevandusmuuseum.

Vaata veel ägedaid peokohti, saad valida inimeste arvu, piirkonna, toitlustamise ja majutuse järgi **www.pidupaev.ee/abimehed.** FOTOD: TEENUSEPAKKUJAD

Firmapeol on oluline, et kõigil oleks lõbus, autojuhid kaasa arvatud. Seepärast tasub peoks tellida buss – nii jõuavad kõik ühel ajal ja turvaliselt kohale ning pidu võib alata!

Go Busi VIP-klassi tellimusvedudel on Sinu käsutuses Eesti kõige uuem ja ilusam bussipark. Sõidame nii Eestis kui ka üle kogu Euroopa.

Meil on sobivad bussid ja juhid kõigiks üritusteks.

- 11-19-kohalised spetsiaalselt ehitatud luksuslikud väikebussid äridelegatsioonide ja pidulike sündmuste teenindamiseks;
- 20-30-kohalised keskmise suurusega reisibussid väiksematele gruppidele;
- 30-55-kohalised klassikalised VIP-reisibussid suuremale seltskonnale.

Kiired vastused ja paindlikud lahendused! Küsi bussi meilt:

Irene Sulger

Eldat Pensa

+372 631 0011 tellimine@gobus.ee www.gobus.ee

ESTRAVELI juht Anne Samlik proovib näiteks olla alati Eestis kohal siis, kui kellelgi töötajatest täitub mõni suurem tööjuubel. FOTO: MEELI KÜTTIM

Tähistamiseks leiab põhjuse alati

MARILIIS PINN
erilehe toimetaja

Ettevõte sünnipäev, töötaja tööjuubel, välismaalasest kolleegi tutvustav kultuuripäev või pubiõhtu kogemuste vahetamiseks – põhjuse meeldivalt koos aega veeta leiab alati.

Estravelis tähistatakse kõike, mida tähistada saab. Estraveli juht Anne Samlik proovib olla alati Eestis kohal siis, kui kellelgi töötajatest täitub mõni suurem tööjuubel. Estravelis on tööl 137 inimest, keskmine tööstaaž on üle kümne aasta. Mullu tähistati 25 aasta tööjuubelit. "Meil on olnud korraga tööl isegi kolm generatsiooni," rääkis Samlik mullu septembris ajakirjale Personali Praktik.

Samlik teab, kui oluline on, et inimesed oleksid oma töökoha ja tööandjaga rahul. "Tähistame kõike, mida saab tähistada," rääkis ta. Näiteks mullu kevadel, kui Anne Samlik sai parima juhi tiitli, nositi üheskoos kringlit. "Kui on olnud mõni pingelisem periood, näiteks Islandi tuhapilve aeg, oleme üllatanud oma meeskondi millegi heaga: olgu see tort, mandariinid, suur kausitäis jäätist või midagi muud. Oluline on töötajaid tänada nende töö eest," rääkis Samlik, et väikesed žestid kuuluvad Estraveli loomulikku protsessi.

Eesti kollektiiv saab kokku paar korda aastas: jõulupeo ajal ja jaanuaris toimuval aastat kokkuvõtval üritusel. Mõnel aastal korraldatakse ka suvepäevi, kuhu tullakse peredega.

Tähistatakse töövõite. Eestlanna Laura Viilep valiti 2012. aasta kevadel kahesaja kandideerija seast kampaania "The world's most awesome job" korras tööle Kuala Lumpuris asuvasse ühte maailma parimaks tööandjaks nimetatud ettevõttesse, kus tema ülesanne on korraldada ettevõtlikele inimestele mõeldud festivali "Awesomeness Fest".

> **Kui inimene on tööl rõõmus, siis ta on ka produktiivsem. Võib-olla kulutab pool tundi päevast, et mingit nalja kaasa teha, aga pärast on efektiivsem ja teeb asjad rutem ära.**
>
> **Laura Viilep, korraldas "Awesomeness Festi"**

Ettevõttes veedetakse palju vaba aega koos. Toimuvad ka kultuure tutvustavad teemapäevad. Näiteks Eesti päeva alustati hommikul kama ja kiluvõileibadega. "Kõik tulid tööle sinimustvalgetes rõivastes, oli naisekandmisvõistlus, tantsiti eesti rahvatantse ja loomulikult ei puudunud Vana Tallinna minikokteilid jäätisega," meenutas Viilep ajakirja Personali Praktik 2015 märtsi numbrile. "Kogu aeg toimub midagi," lisab ta. Ühel päeval otsustas personaliosakond teha tüdrukutele üllatuse – kontor oli täis šokolaadi ja Kanada näitleja Ryan Goslingu pilte. "See oli naljakas, aga samas meeldejääv," lisab ta.

Kas sellised tööga paralleelselt korraldatavad üritused lõpuks tööd segama ei hakka? "Selline trall ei saa muidugi kogu aeg kesta," ütles Viilep, "aga kui inimene on tööl rõõmus, siis ta on ka produktiivsem. Võib-olla kulutab pool tundi päevast, et mingit nalja kaasa teha, aga pärast on efektiivsem ja teeb asjad rutem ära."

Samuti tähistatakse palju ka töövõite. Näiteks, kui mingi väiksem eesmärk on saavutatud, korraldatakse pidu või viiakse töötajad õhtusöögile. "See ei pea olema ettevõttele alati suur kulu," lisas Viilep. "Korraldatakse küll pidu, aga osa jooke ostavad näiteks töötajad ise," toob ta näite. "Inimestele meeldib, kui neile midagi korraldatakse. Juhid võtavad aga töötajatega koos olemiseks aega ja seda hinnatakse."

Viilepi organiseeritud ettevõtlikele inimestele mõeldud festivali "Awesomeness Fest" peetakse kaks korda aastas. "See toimub eksootilistes kohtades, toob kokku paarsada ettevõtlikku ja tulevikku suunatud vaatega eri valdkonna inimest," selgitas Viilep. "On ettevõtjaid, kunstnikke, fotograafe, joogagurusid, idufirmade eestvedajaid," loetleb ta. Viilep on Mindvalley ürituste meeskonnas töötades korraldanud viis konverentsi: Balil, Dominikaanis, Tais ja kaks Mehhikos.

Aasta kõrghetk on ühine reis paradiisisaarele – ettevõte saadab igal aastal töötajad kolmeks päevaks mõnele paradiisisaarele, näiteks Taisse. "Päeval on arendavad ajaveetmisviisid – meeskonnamängud ja koostöö harjutamiseks mõeldud tegevus, õhtul pidu ja trall," rääkis Viilep. Tegu on töötajate aasta kõrghetkega: kolleegidega, kes on samas sõbrad, saab imeilusas kohas koos aega veeta, lisaks on võimalus end arendada väljaspool tavapärast kontorikeskkonda ehk viietärnihotellis.

Karjääriõhtud pubis. Alati ei pea firmapidu midagi erakordset olema, ka värbamiskohtumine võib näiteks pubis vähe erilisema ilme võtta. Näiteks kord kvartalis korraldatakse Epicenter Kinnisvaras karjääriõhtuid mõnes pubis, vahel ka oma kontoris.

Epicenter Kinnisvara juht Leanika Järve selgitas värskele oktoobris ilmunud Personali Praktiku numbrile, et sinna on oodatud kõik maakleriametist huvitatud inimesed, et kuulata lugusid nii seitse aastat tegutsenud maaklerilt kui ka äsja kinnisvaraärisse sukeldunud uuelt tegijalt. Info karjääriõhtute kohta levib väga hästi: viimane kord oli kohal 35 inimest ja seitse neist tuli hiljem töövestlusele.

KOGEMUSED ILMUSID AJAKRJA PERSONALI PRAKTI NUMBRITES.

Loe lisaks

Personali Praktik hoiab teid kursis arengusuundumustega tööturul ja personalitöös nii Euroopa Liidus kui ka mujal.
Värskeim erialateave võib aidata saavutada konkurentsieelise. Nii suur kui ka väike ettevõte leiab vastuseid küsimustele, kuidas leida ja hoida töötajaid, maksta töötasu, sõlmida lepinguid, aidata juhti tema töös jpm.
Ajakiri on mõeldud kõigile, kes tegelevad personalitööga.

www.personaliuudised.ee/pp/ajakirjast

roseni torn
PEO- JA SEMINARIRUUMID

Parim koht eksklusiivseks jõulupeoks või meeldejäävaks seminariks!
Suurepärase panoraamvaatega koht südalinnas seminaride, firmapidude, koolituste, sünnipäevade, pulmade, kliendiürituste ja muude tähtsate sündmuste korraldamiseks. Vaata lähemalt meie kodulehelt või helista ja küsi hinnapakkumist!

Mere pst 6, ☎ 661 6680,
info@rosenitorn.ee, www.rosenitorn.ee

FIRMAPIDU 11. oktoober 2016
toimetaja Mariliis Pinn, tel 667 0111, e-post toimetajad@aripaev.ee

„Kui taaskasutus pole primaarne ja tahetakse esinduslikkust, valitakse ilusam välimus.

Elen Sarapik, OÜ Promostar projektijuht

Klient peab **taaskasutus-kingitust** liialt kalliks

URVE VILK
kaasautor

Ehkki taaskasutuse olulisusest ja kasulikkusest räägitakse palju ning võib tunduda, et maailmavaate järgijaid jagub, firmade kingivalikut taaskasutus seni oluliselt ei mõjuta.

OÜ Promostar projektijuht Elen Sarapik räägib, et olles viimased viis aastat ärikingituste müügiga kokku puutunud, võib ta öelda, et öko- ja taaskasutustooted tulevad küll sarjadena välja, ent klient neid väga ei vali. Seetõttu pole kohapeal valikus taaskasutustooteid väga palju, ent huvi korral saab neid tellida. "Meie toote- ja tarnijavalik on väga suur, nii et naljalt sellist asja pole, mida klient tahab, aga ei saaks," räägib Sarapik, et toodete valik, mida on võimalik tellida, on väga lai.

Sarapik räägib, et isegi kui algul tuntakse taaskasutuse vastu huvi, siis nähes hinnavahet tavatoodetega võrreldes, mõeldakse enamasti ümber. "Raha paneb asjad paika," nendib Sarapik.

Lisaks on Sarapiku sõnul kliendile olulised toote kvaliteet ja välimus, mille poolest taaskasutuskingitused jäävad traditsioonilistele alla. "Säästvalt taaskasutusmaterjalist toodetud plastpastakad näevad näiteks traditsioonilistega võrreldes robustsemad välja – need pole nii läikivad kui teised, samamoodi pole taaskasutatud papp ja paber niivõrd klants, kui tavaline," räägib Sarapik. "Kui taaskasutus pole primaarne ja tahetakse esinduslikkust, valitakse ilusam välimus."

Oluline on hind. Samas, hinnad varieeruvad eri toodete puhul palju ning alati pole taaskasutustooted tavalistest kallimad. Rääkides odavamatest kaupadest on Sarapiku sõnul taaskasutuspapist pastapliiatsid tavalistest pliiatsitest soodsama hinnaga. Samuti taaskasutuspapist- ja paberist märkmikud. "Kui keskmisesse hinnaklassi jääv pastapliiats maksab alates 75 sendist, eurone kirjutusvahend on juba üsna korralik ning alla 75 sendi jääv on odav toode, siis taaskasustuspastaka saab soodsama hinnaga," räägib Sarapik. "Nii et kõik oleneb tootest ja kogusest," lisab ta.

Lisaks pastakatele on taaskasutuskingituste valikus veel naturaalsest puuvillast poekotid, mis märgistatud ka vastava taaskasutuse märgiga. "Ent kuna need on kallimad kui tavalised puuvillased poekotid, valitakse enamasti tavalised," räägib Sarapik. "Ehkki taaskasutusel on kõlapinda, firmade valikutesse pole see veel väga jõudnud," tunnistab ta.

Soovitakse pakkuda ka innovaatilisemaid tooteid. OÜ L&L Reklaam projektijuhi Mirja Pekki sõnul on nende kõige tavalisem valitav taaskasutuskingitus taaskasutuspaberist pastakas. Ostetakse ka puuvillast kotte ja särke, ehk tooteid lagunevast ökomaterjalist. "Ent taaskasutustooteid ostetakse üsna vähe, kuna need on kallimad," märgib Pekki.

Pekki sõnul tellitakse neilt firmakingitusteks ka kunstnike käsitööd, mis tehakse enamasti eritellimusel kliendi soovide põhjal. Tehtud on näiteks lõikelaudu, puidust vaagnaid jne.

Sarapiku sõnul on traditsioonilised firmakingitused jäänud läbi aastate põhitoodetena samaks – need on kruusid, pastakad, helkurid, termosed jne. "Tehnoloogia vallas tullakse välja uute lahendustega, nagu näiteks mälupulkade erinevad lisalahendused või kõlarid kruuside all," nendib Sarapik, et eesmärgiks on pakkuda lisaks tavapärasele ka innovatiivsemaid tooteid.

VEINI kinkekarbid on populaarne valik.

Tasub teada

4 alternatiivi traditsioonilisele kinkepaberile

Taaskasutuspakendiga saad säästa nii ettevõtte raha kui materjali tootmisega kaasnevat looduskeskkona reostust.

1. AJALEHED.
Ajalehepaberisse pakitud kingitused võib erksavärvilise pakkepaela, kunstlille või kangatükiga kerge vaevaga silmatorkavamaks muuta.

2. KANGATÜKID.
Teise ringi kauplustest ja taaskasutuskeskustest võib sageli leida suuri kasutamata kangatükke, mis ei maksa sisuliselt midagi. Kui kingitus kanga keskele asetada, riie selle ümber kokku tõmmata ning ülevalt paelaga kinni siduda, saab lihtsast kangatükist kerge vaevaga armsa kinkekoti.

3. AJAKIRJAD.
Kollaaži või suurema pakkepaberi saamiseks tuleb leheküljed läbipaistva kleeplindiga kokku liimida – kui paberipind on piisavalt suur, saab seda tavapärase pakkepaberina kasutada. Kuna ajakirjad on niigi läikiva paberi ning värvilis-te piltidega, pole pakendi kaunistamiseks enam eraldi paelakesi või rosette vaja.

4. PABERKOTID.
Paberkotte saab samuti katki lõigata ning kingituste pakkimiseks kasutada. Isegi reklaamide ja logodega paberkotid on seest pea alati ühevärvilised, nii et sinna saab julgelt omaenda kujunduse panna. Pruunidesse paberkottidesse pakendatud kingitusi võib kaunistada näiteks markide, pabernukkude või paberist lõigatud lumehelvestega.

ALLIKAS: WWW.LIFEHACK.ORG

Kink kotti liigselt raiskamata

MESI ja erilised köögitarbed on ka populaarsed.
FOTO: TOOTJAD

> **Kõiki tooteid teeme igale ettevõttele personaalselt sobiva värvi, disaini, dekoratsiooni ja firma sümboolikaga.**
>
> **Lubab OÜ Vaas&Vaas juhatuse liige Kati Vaas**

Säästliku tootmise põhimõtteid järgides toodetud firmakingitus võimaldab kingisaajat meeles pidada keskkonda liigse raiskamisega koormamata.

OÜ Vaas&Vaas juhatuse liikme Kati Vaasi sõnul on neilt õige aeg tellida jõuludeks käsitsi maalitud personaalseid jõulukingitusi juba oktoobris. "Eeskujulikud ettevõtted seda ka teevad," märgib ta. Ehkki on ka neid, kes avastavad alles novembri keskel, et jõulud on tulemas ja kingitusi vaja. Kuid ka hilinejad on endale alati midagi sobivat leidnud, märgib Vaas.

Kingituste tegemisel järgib ettevõte säästliku tootmise põhimõtet – pisemgi tükk leiab rakendust. Näiteks kandikute ja võtmekappide põhjavineeridest üle jäävad tükid kasutatakse ära uksesiltide ja võtmehoidjate toorikuteks ning erimõõdulisi puidujuppe saab kasutada lastele mõeldud taaskasutustöötubades, mis tähendab, et midagi ei visata ära.

Enamus müügist toimub läbi ettevõtte Facebooki- ja kodulehe. Äriklientide tellimused on Vaasi sõnul erinevad ja valik sõltub palju kliendi eelarvest. "Meie valikus on näiteks kandikud, kiiged ja lõikelauad, mida tellitakse nii oma töötajatele, klientidele kui kampaaniate kingitusteks. Kõiki tooteid teeme igale ettevõttele personaalselt sobiva värvi, disaini, dekoratsiooni ja firma sümboolikaga."

Klassikalistest toodetest on kingivalikus ka veini kinkekarbid. Väiksematest asjad on minevamad salatikahvlid, nagid, sildid ja pannilabidad, loetleb Vaas. Tehtud on ka näiteks puidust aukirju, kuhu joonistatud peale auhinnatava nimi ja nägu ning eritellimustooteid nagu arvamuste kastid, loosikarbid, dokumendialused, trükiste alused jne.

Kujundus ja toonivalik lähtub Vaasi sõnul kliendi soovidest. Kuna tooted värvitakse ja dekoreeritakse käsitsi, on see töömahukas ja võtab aega ning suurte tellimuste puhul kasutatakse tihti ka lisatööjõu abi, kes aitavad ära teha alusvärvimise ja lihvimise.

ÄRIPÄEV

Ä Tasub teada
Vastutustundlik kinkimine:

Eelista kodumaist. Mida lähemal on kingid valmistatud, seda paremini saame teada, kuidas ja kes nad valmistas. Eestis on palju andekaid kunstnikke, väikeettevõtjaid ja ökotalusid, kelle tootevalikust leiab sobiva kingituse.
Vali sotsiaalne ettevõtja. Ostes sotsiaalse ettevõtte toote, läheb tulu mõne ühiskondliku probleemi lahendamiseks.
Paranda kingiga maailma. Tehes kingisaaja nimel eetilise kingituse, aitate mõnel abivajajal oma eluga paremini toime tulla. Miks mitte osta kits Ghana lesknaisele, soetada lasteaedadele mänguasju või saata arengumaade lastele koolitarbeid.
Eelista õiglast kaubandust. Selleks, et kingitus või peolauale pandav poleks tehtud sunnitöö või pisarate abil, eelista õiglase kaubamärgiga tooteid.

SALL, mis n-ö hammustab. Ruumiline loomake muudab igava riidetüki lustlikuks aksessuaariks.

KAABLIHOIDJA aitab kaablid alati kenasti kättesaadavalt ühes kohas hoida.

KOHVITASSI soojendaja tagab, et alati oleks laual soe jook.

Parimad vidinad 2016

MARILIIS PINN
erilehe toimetaja

Korporatiivkingituste tegemine on alati üks paras peavalu. Mida kinkida, et eristuda sadadest pastakatest, tassidest ja särkidest.

Kuid SnackNation on kokku pannud ideed, mis alati on oodatud.

Huumor on iga kingitusega hinnatud. Selleks võib olla laheda sõnumiga märkmepaber, naljakas vidin jne. Huumor aitab alati kliendisuhteid luua ja hoida.

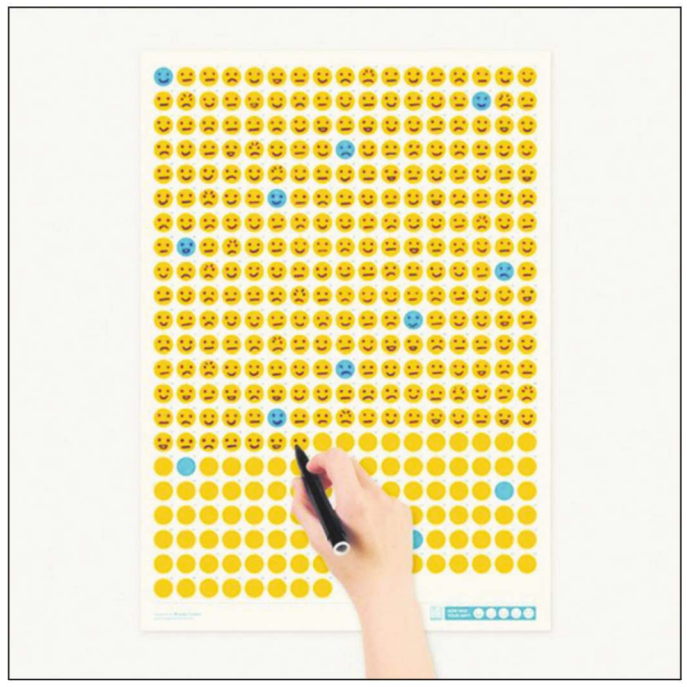
Tervislikud snäkid on teine tõusev trend. Kes ei tahaks midagi head põske pista, eriti, kui see on tervislik.

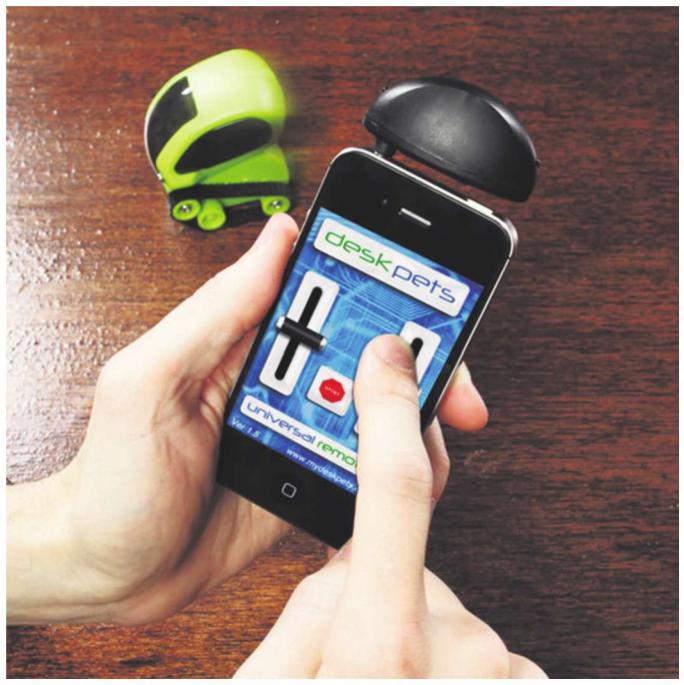
Vidinad, mis edendavad tervist, näiteks Fitbitid. See näitab, et hoolid pikaaegsest koostööst ja äripartneri tervisest.

Annetused. Kes ei tahaks head teha? Kui ideed on otsas, siis alati on üritusi seotud kodutute loomade, lastega jne, mille heaks saab oma panuse anda. Paljud tooted on ka sellised, mille müügist läheb osa heategevuseks.

Kuid kuna järjest olulisem on tehnoloogia, IT, innovatsioon, võtsime ette 2016. aasta ägedamad tehnikavidinad, mis rõõmustaks iga insenerihinge. Ehk leiab siit midagi ägedat ettevõttele sünnipäevaks või jõulukingiks. Lisaks lahedaid kontorividinaid ja käsitööd.

DA VINCI 3D-pliiats – lase fantaasial lennata. Sellega saab ehitada 3D-esemeid keeruka tarkvara ja printerita.





MEELEOLUKALENDER – kui tunned, et elu pole lill, siis kalender pakub ülevaatliku viisi tuvastada, mitu päeva aastas on sul naeratus näol.

TELEFONIGA juhitav minirobot – palju lõbu tervele perele.

SAASTAKAST – on suurepärane inspiratsioon koguda kokku kõik "kräpp" ja sellest kohe ka lahti saada.

MICFLIP ehk viimaks ometi on olemas selline USB-kaabel, mida võib ükskõik kumba pidi ühendada. See vähendab ohtu, et jõuga kaablit valesti sisse surudes seadme lõhub ja ütleme otse, on mugav.

KÄSIPABERIHUNT – klassikaline paberihunt on suur ja kohmakas, kuid vahel on vaja paber ribastada, pisike vidin teeb selle lihtsaks ja mugavaks.

FOTOD: TOOTJAD

Mäo Sämmi Grill
Saal kuni 40 inimest.
Projektor, pabertahvel.
tel 384 6000
e-post sammigrill@hot.ee

Sämmi GRILL

Koos toitlustusega konverentsiruumid TASUTA
Tühja kõhuga kaugele ei jõua!

Haljala Sämmi Grill
Saal kuni 30 inimest.
Projektor, pabertahvel.
tel 384 6001
e-post haljala@sammigrill.ee

www.sammigrill.ee

FIRMAPIDU 11. oktoober 2016
toimetaja Mariliis Pinn, tel 667 0111, e-post toimetajad@aripaev.ee

Firma kuvandit kandev tort on

TEA TARUSTE
kaasautor

Kord aastas on igal ettevõttel sünnipäev ja sageli on just tort see, mis peo pidulikkust rõhutab. Firmatorte tellitakse aga ka muudeks puhkudeks: kliendiüritustele, uue toote kampaania või brändi tutvustamise üritustele, heade majandustulemuste tähistamiseks, töötaja juubeliks.

Pagaripoisid OÜ turundusjuht Martin Pärn, kes vajadusel ka ise torditegemisele käed külge paneb, rääkis, et nende toodangust pea viiendiku moodustavad eritellimustordid, sealhulgas firmatordid. "Firmad pöörduvad meie poole väga palju. Ikka tellitakse tort, kui mingi üritus tulemas. Ka näiteks siis, kui on jõutud soovitud käibenumbrini," avaldas ta.

Pagaripoisid on oma kodulehte arendanud eesmärgiga muuta tordi tellimine võimalikult lihtsaks. Pärna sõnul on e-poe kasutamine iseäranis mugav ja kiire võimalus inimesele, kes firmatorti tellima peab. Tootenäidised on üleval, seal saab valida sobiva suuruse, lisada kommentaarina juurde, kui soovitakse näiteks rohkem kaunistusi tordile. Eritellimuste täitmiseks – näiteks, kui torti peaks kaunistama mõni logo, *slogan* või pilt -, saab üles laadida ka vajaliku faili. Firma saab *online*-arve ning leheküljel on ka pankade otselingid tasumiseks. Samuti saab lisada info tordi kättetoimetamise soovide kohta. Tordile saab ise järele minna või kasutada kullerteenust.

Tellimus vähemalt päev ette. Pagaripoistest saab tordi kätte päris kiiresti. Suure tordi puhul on hea, kui tellitakse kaks päeva ette, aga kui juhtub, et muude toimetuste käigus on tordi tellimine meelest läinud, võib tellimuse esitada ka päev enne. Väiksemate tortide tellimiseks piisab samuti eelmisel päeval tellimisest. Kes aga soovib oma nägemust torditegijaga arutada, et maitsvaim ja sobivaim tulemus saada, võiks ühendust võtta 5–7 päeva enne tordisöömist.

Pärn rääkis, et tellitavate firmatortide puhul on kohupiim see komponent, mis on alati esindatud. "Maitsete osas on kohupiim jääv nähtus, muu varieerub – kes soovib võikreemi, kes vahukoort. Suuruse osas tordivalmistajal iseenesest piiri ees pole. "Oleme teinud Tallinna Vanalinna Päevadel ja muudel üritustel kümnetesse kilodesse ulatuvaid torte – need tuleb mõistagi kohapeal kokku panna. Ühes tükis meie juurest äraviidavate tortide puhul on piiranguks kaubiku suurus, samuti tuleb arvestada selle paigaga, kuhu tort viia. Näiteks, kui pidulik sündmus toimub pilvelõhkuja kõrgel korrusel, seavad piirangu liftiuksed," selgitas ta.

Kahekümnekilogrammisest tordist jagub kahesajale inimesele. Rusikareegel on, et kui üritusel pakutakse muid toite, arvestatakse inimese kohta 100 g torti. Kui tort on õhtu nael ja muud ei pakuta, tuleks arvestada suurema kogusega.

Lasteaiapeoks torti tellides tuleb mõistagi arvestada väiksema kogusega. "Lasteaiapidudeks on meilt palju torte tellitud, üks tore lahendus on tort kujundada ruudukestena, kus igas ruudus lapse nimi sees," rääkis ta. Miks mitte kasutada sama võimalust ka ettevõtte siseüritusel ja üllatada oma töötajaid personaalse torditükiga.

Firmatort võib olla nii traditsiooniliselt kandiline või ümmargune, aga ka erikujuline. Kõige tähtsam on Pagaripoiste turundusjuhi sõnul siiski see, et tort kannaks ettevõtte kuvandit, oleks firma nägu. "Kui logo on roheline, soovitakse, et ka tordil see värv domineeriks. Tordi välimus ja sõnum sellel peavad ettevõttega sobituma," kinnitas ta.

Kui tellija täpselt ei tea, millist torti valida, aitab maiusevalmistaja välja selgitada maitseeelistused – ehk otsitakse mingit erilist martsipani või moosi üheks kompnonendiks. Martini sõnul on võimalik korraldada ka proovimaitsmisi, kui valiku osas kahtlus püsib.

Koduköögi tordimeister. Sondas elav Leelo Strauch on Ida-Virumaa hinnatud tordimeister, kes oma koduköögist väljakasvanud tegevuse ettevõtteks vormistas. OÜ Pagarikoda, mikroettevõte, kus Leelo veel üksi toimetab, teeb alltöövõttu piirkonna väikestele toitlustusettevõtetele ja pakub oma pagaritooteid eraklientidele. Üheks oluliseks tegevussuunaks on ka firmatortide tegemine. "Kui mõnel firmal on minu partneriks olevas toitlustusettevõttes firmapidu, siis minult tellitakse tort. Headeks koostööpartneriteks on Jõhvi Kontserdimaja kohvik Noot, Upline Grupp, Jäägri Grill, aga neid on teisigi. Minu juurde jõutaksegi sageli läbi partnerite, tellimusi esitatakse ka Pagarikoja kodulehe ja FB-lehe kaudu," kirjeldas ta oma tegevust.

"Oma sortiment on mul olemas, aga eelkõige lähtun tellija maitsest. Kui see välja selgitatud, teen pakkumise. On ka selliseid tellimusi, kus mulle antakse soovitav suurus ja eelarve ette ning siis tuleb selle raames vaadata, kuidas maksimaalselt maitsev tulemus saavutada," märkis Strauch. Ta peab enda ja väikeste tordivalmistajate eeliseks paindlikkust, nii hinna, maitsete kui tooraainete osas ning kinnitab, et ka väiketegija võib suuri torte teha. Leelo on valmistanud 30kilogrammise tordi 300 inimesele.

Pagarikoda teeb koostööd piirkonna teiste väiketootjatega, kelle mahetoodangut tortide valmistamisel kasutab. Maamunad, metsamarjad, mahedad talujahud on hinnatud tooraine ka firmatortide tellijate silmis ning selle eest ollakse valmis rohkem maksma. "Ettevõtted küsivad sageli, millest ma oma torte täpselt valmistan. Kui kuuldakse, et tegemist on mahetoodanguga, ollakse väga rahul. Nii et väiketootjal on omad eelised," märkis ta.

Ettevõtted on tordikaunistuste osas suhteliselt leplikud, arvas Strauch. "Soovitakse tordile logo või firma nime, eraklient nõuab nendega võrreldes ikka hoopis enam vigureid." Oma mikroettevõttes töötab ta üksi – tõsi, rohke nõudlus paneb laienemisplaanidele mõtlema –, seetõttu tuleb temalt tordi tellimiseks ka pisut aega varuda. Eriti kiired on november–detsember, aga ka suvine suvepäevade toimumise periood. "Torte soovitakse enamasti nädalavahetuseks, mul tuleb oma tööd planeerida ning on hea, kui torditellija oma soovist kaks nädalat varem ette teada annab," soovitas Strauch, kelle teenuste hulka kuulub vajadusel ka tordi kohaleviimine.

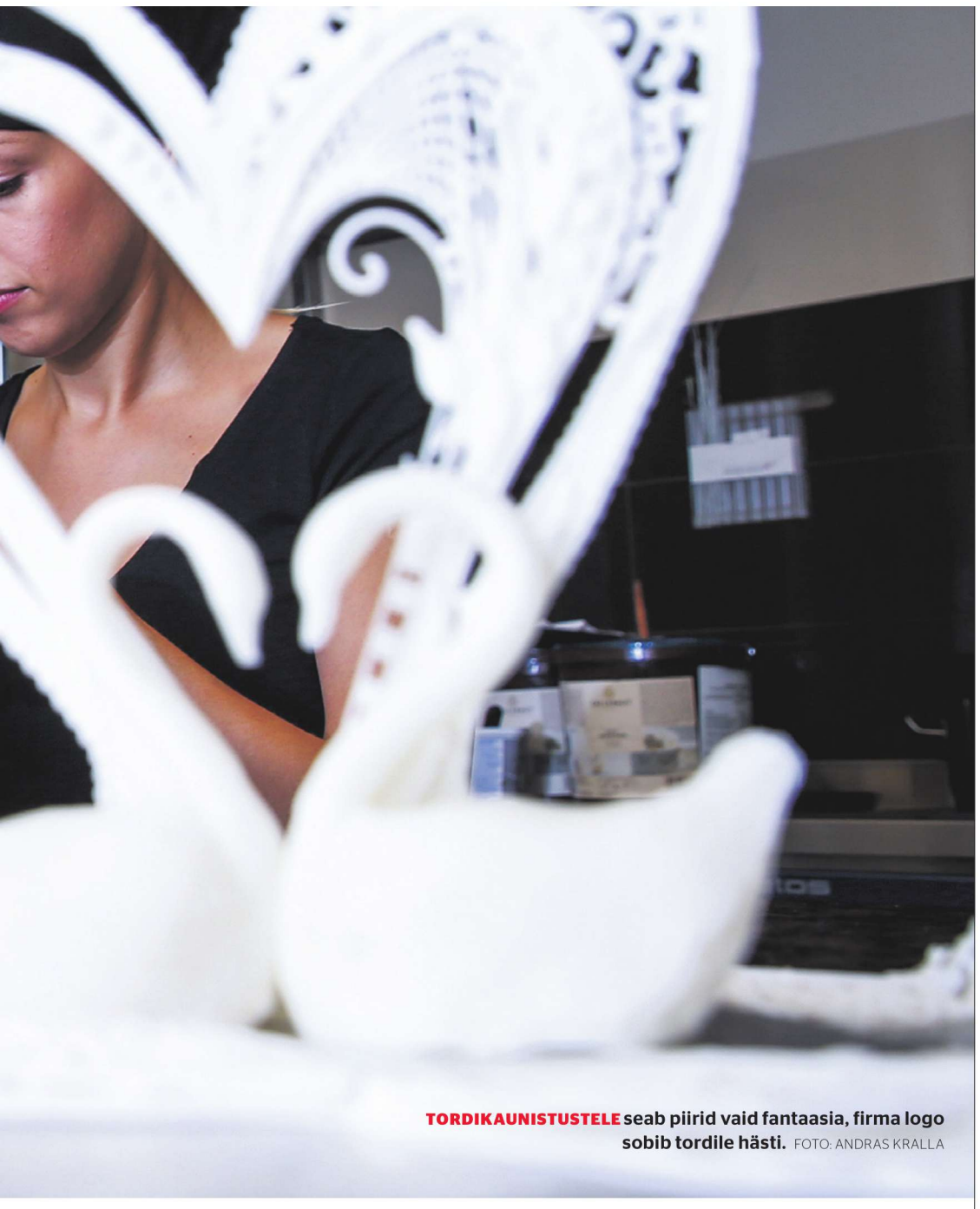
Kommentaar

Plaadikook tordi asemele

KLIENDITEENINDAJA TRIIN
Torokse Talupood-Kohvik

Meie tähistasime oktoobri algul oma esimest sünnipäeva. Meil on enda kodupagarid, kes meid küpsetistega varustavad ja nemad tegid ka sünnipäevamaiustuse. Meie sünnipäevapidu oli avalik üritus ja sinna võisid kõik tulla, avasime samal ajal ka oma uue ruumi. Traditsioonilise tordi asemel pakkusime tosca-stiilis plaadikooki, mida saab näpu vahele võtta. See on hea lahendus, kui külalisi palju ning tadrikute-lusikatega toimetamine läheks keeruliseks.

Loe lisaks
pidupaev.ee



TORDIKAUNISTUSTELE seab piirid vaid fantaasia, firma logo sobib tordile hästi. FOTO: ANDRAS KRALLA

peolaua staar

Üha enam gluteenivabu torte

Viimastel aastatel levinud uued eritoitumistrendid, aga ka inimeste tervisehädadest – gluteeni- ja laktoositalumatus, diabeet – tulenevad probleemid panevad tordimeistreid ajaga kaasas käima. Tortide puhul on eelkõige just gluteeni sisaldav nisu see, mis uute retseptide koostamisele hoogu annab.

"Gluteen on tõesti aktuaalne teema. Minu arvates on gluteenitalumatus ka ainus, mis on eelkõige tervisega seotud, veganite valikud on pigem uskumise asi. Meil on tootevalikus kolm sorti gluteenivabasid torte, oleme neid valmistanud juba kümmekond aastat. Teeme nii gluteeni- kui laktoosivabasid torte diabeetikutele ja gluteenitalumatusega inimestele, firmatortide puhul pole see eriti kõne all olnud," rääkis Pagaripoisid OÜ turundusjuht Martin Pärn.

Gluteenivabasid torte tuleb üha enam valmistada ka Pagarikoda OÜ omanik ja tordimeister Leelo Strauchil. "Kasutan gluteenivabasid jahusid, sageli ka riisi- ja maisijahu. Gluteenivabu torte soovivad nii erakliendid kui firmad. Ettevõtja, kes ka oma mõne töötaja vajadusi arvestab, ei pea kartma, et gluteenivaba tort teistele ei sobi – maitsev on see ikkagi," lubas Strauch.

Klientide soovidele vastu tulles on ka Reval Cafe läinud kaasa eritoitumistrendidega, pakkudes gluteeni- ja laktoosivabu tooteid. "Me näeme päev-päevalt järjest enam, et nõudlus gluteenivabade tortide järele kasvab. Müüme oma kohvikutes ka nn kõigevaba kooki – see on gluteeni- ja laktoosivaba muffin, mida eelistavad tundlikud inimesed või need, kes soovivad teadlikumalt toituda. Valikus on ka laktoosivaba marjatort," rääkis Reval Cafe turundus- ja kommunikatsioonijuht Maarja-Triin Krabi.

Kommentaar

Töötajale sünnipäevaks nimeline tort

MAARJA-TRIIN KRABI
Reval Cafe turundus- ja kommunikatsioonijuht

Reval Cafe sai tänavu 15-aastaseks, aga sünnipäeva puhul me suuremat pidu ei pidanud. Käsil on palju muid projekte ja see sünnipäev jäi vaid üheks lisanduvate aastate reas. Küll aga tegime juubeli puhul kampaania, mis kestab siiani: jagame kohvitasside all toredaid mõtteterasid oma klientidele.

Kohvikutesiseselt on meil tore traditsioon, et kui kohvikutöötajal on sünnipäev, siis teeme talle nimelise tordi. See traditsioon on väga soojalt vastu võetud ja meie kohvikute juhatajad kasutavad seda võimalust usinalt, et töötajaid sünnipäeva puhul meeles pidada.

Meie emafirma Reval Kondiiter teeb torte ka tellimuse peale, nii suuri kui väikeseid, logodega ja vigurtorte.

Et **toitlustus** poleks peo kirstunael

Räägi toitlustusfirmaga! Anna võimalikult täpne seminari või konverentsi kirjeldus koos võimalike erisoovide ja vajadustega.

KADRI NIINEPUU
Westgroup Cateringi tegevjuht

Maitsval toidul on ürituse õnnestumisel väga suur roll. Korraldajana peaksid teadma, millist emotsiooni oma üritusel soovid luua ja selle selgelt ka peoteenindusfirmale edasi andma.

Räägi toitlustusfirmaga! Anna võimalikult täpne seminari või konverentsi kirjeldus koos võimalike erisoovide ja vajadustega. Anna toitlustajale võimalus panustada firmapeo õnnestumisse!

Selleks peaks vastama mõnele küsimusele.

Kes on külalised ja millist menüüd nad eelistavad? Menüü koostamine sõltub osavõtjate taustast ning sellest, millal üritus algab, milline on päevakava ja formaat ning kas on vaja jälgida mingit kindlat stiili.

Selgita välja, kas tegemist on samal või väga erinevatel ametipositsioonidel olevate inimestega. Kas osalevad inimesed külastavad palju samalaadseid üritusi? Kas menüü peaks neid üllatama? Kas üritusel osaleb erinevatest rahvustest inimesi, kel on erinevaid ootusi ja nõudmisi?

Kas osalejad on ühest või väga erinevatest vanusegruppidest. Nooremad osalejad on tavaliselt avatumad uuele ja huvitavale, ka ei pane nad pahaks vürtsikamat toitu. Eakad inimesed eelistavad sageli "rahulikumat" menüüd.

Kas on vaja erimenüüd? Korraldajana võiksid juba eelnevalt paluda osalejatel teada anda, kas neil on menüü osas erivajadusi.

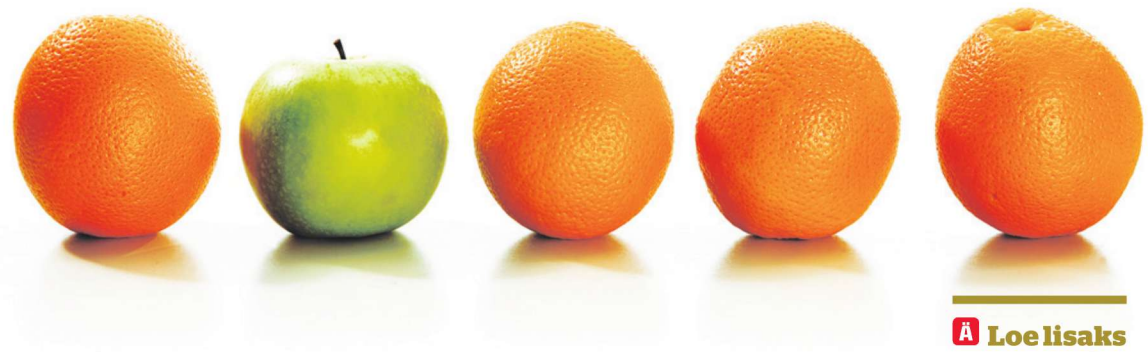
LAPLANDIA
Land of purity

Põhjamaiselt karge superpremium Laplandia Vodka sünnib Soomes, maailma põhjapoolseimas Tyrnävä viinavabrikus. Lapi viinale annavad tema kordumatu pehmuse Lapimaa puhtast ja puutumatust loodusest ammutatud kirgas kaevuvesi ning kanarbikumee siidisus.

www.laplandiavodka.com
www.finebrands.ee

TÄHELEPANU, TEGEMIST ON ALKOHOLIGA! Alkohol kahjustab teie tervist.

MIDA panna ette-võtte peolauale?
FOTOD: RAUL MEE, ERIK PROZES



Loe lisaks
pidupaev.ee

Kas peol osaleb inimesi, kes religioossetel põhjustel ei saa süüa mõnda toitu? Kas kellelgi on näiteks allergia mõne kindla toiduaine vastu (sh ka laktoosi- ja gluteenitalumatus)?

Kas osalejate hulgas on taime- või toortoitlasi? Aina rohkem näeme trendi, kus külalistele tahetakse pakkuda midagi uut ja tervislikku. Populaarsed on näiteks taime- ja toortoidu menüüd. Palu toitlustufirmal toitude juurde koostisainete loeteluga sildid lisada.

Kohvipaus kui väike vahelaadimine. Kui firmaüritus algab hommikul ja inimesed tulevad üle Eesti kokku, siis võiks pakkuda tervituskohvi kõrvale midagi toekamat: võileibu, sarvesaiu, minipirukaid või midagi värskendavat ja tervislikku – näiteks smuutit.

Järgnevate kohvipauside sisu sõltub sellest, milline on olnud hommikune tervituskohv ja kui pikk tuleb päev. Aina enam pakutakse kohvipausi ajal puuvilja, smuutit ja mahla, näiteks kohapeal tehtud toormahla, mis on eriti sobiv juhul, kui osalejate hulgas on palju naisi või nooremaid inimesi.

Pärastlõunasel kohvipausil võib pakkuda näiteks šokolaaditrühvleid või puuvilja, kuna siis ollakse istumisest väsinud ja kiire magus amps vähendab energiadefitsiiti. Kohvipausid võiksid üksteisest erineda – nii on osalistel ka pisut avastamisrõõmu.

Kohvipausideks kasutatakse vahel ühekordseid nõusid, mis aitab veidi kulusid kokku hoida. Kui tegemist on esinduslikuma üritusega, kasuta siiski lauanõusid, et üritusest jääks soliidne mulje.

Lõunapaus ja õhtusöök tuleb hästi läbi mõelda. Sageli on firmaürituste üheks oluliseks osaks ka osavõtjate omavaheline suhtlemine, soovitan lõunapausiks võimaluse korral väheke rohkem aega jätta.

Kui palju oled aega lõunapausi jaoks planeerinud? Kui selleks on vaid 30 minutit, on mõistlik söök serveerida portsjonkarpides. *Buffet*-lõuna puhul saab ühe tunniga hakkama. Kõige enam serveeritaksegi lõunasööki ja kohvipause *buffet*'na. Vaagnatel ja taldrikutel mitmekäigulise lõuna serveerimine võtab kauem aega, võiksid arvestada 1–1,5 tunniga. Lähtu ürituse eesmärgist ja stiilist.

Kui tegemist on terve päeva kestva firmaüritusega, on mõistlik pakkuda sooja sööki. Alternatiivina klassikalisele praele võib pakkuda lõunaks erinevaid salateid ja plaadipirukaid või suppi. Soovitame pakkuda ka midagi magusat, mis energiataset aitab tõsta.

Õhtusöögi menüü valik sõltub sellest, kas see on lihtsalt pikema firmasündmuse lõpetamiseks või hoopis mõne aastapäeva või suurema konverentsi lõpu tähistamiseks.

Kas enne õhtusööki võiks tööpingete maandamiseks ja osalejate omavahelise vestluse õhutamiseks teha tunniajase kokteilitunni koos suupistetega? Kas organiseerida kiirem *buffet* või nõuab ürituse stiil mitmekäigulist õhtusööki – banketistiilis ümber laua istudes?

Leia vastused ja pidu õnnestub!

VIIMSI RANNA-RAHVAMUUSEUM

Rannarahva Muuseum
Museum of Coastal Folk

SIIN ON VANA HUBANE KOOLIMAJA, MIS PAKUB MÕNUSAT ÄRAOLEMIST, OLGU AKNA TAGA LÕÕTSUMAS TORMITUULED VÕI PAKASELINE TALVEILM, VÕIMALUST UNUSTADA HETKEKS LINNAMELU JA NAUTIDA KAUNIST TALLINNA SILUETTI.

KUI HING IHKAB JUST SEDA, SIIS ON MEIE JUURES VÕIMALIK VEETA AEGA KOLLEEGIDEGA, PARTNERITEGA VÕI SÕPRADEGA – VÕTA JULGELT ÜHENDUST!

- PEOSAALID
- KONVERENTSI- JA SEMINARIRUUMID
- KLUBIRUUM KOOS KÖÖGIGA
- LASTE SÜNNIPÄEVAD KOOS MÄNGUTOAGA
- 150-AASTA VANUNE KINGU TALU VIIMSI VABAÕHUMUUSEUMIS

PANE PIDU PÜSTI!

WWW.RANNARAHVAMUUSEUM.EE

Rannarahva Muuseum
Nurme tee 3, Pringi küla, Viimsi vald, 74011 Harjumaa
Tel: +372 528 0406
E-post: info@rannarahvamuuseum.ee

NUMBREID

218 886 ühingut

Viimasel kümnendil on aastas registreeritud keskmiselt 14 000 ettevõtet. Kokku on Eesti registreeritud Äripäeva Infopanga andmetel 218 886 erinevat ühingut.

Iga aastaga loodavate ettevõtete arv ainult kasvab.

Näiteks aastani 1990 on registreeritud vaid 257 ettevõtte andmed. Ajaloolise täpsuse huvides tuleb siiski tunnistada, et 18. ja 19. sajandi äriregister ei ole kõige usaldusväärsem andmeallikas, kuna siis oli valdav teistsugune ärikorraldus.

Enne 1900. aastat asutatud ettevõtteid on Eestis 14. Ilmselt vanim Eestis tegutsev ettevõte on Räpina Paberivabrik, mis asutai juba 1734. aastal. Auväärse vanusega on ka 1762. aastal asutatud Leibur. Üle saja aasta on veel tegutsenud 1800 asutatud A. Le Coq ja 1806 tegevust alustanud Kalev.

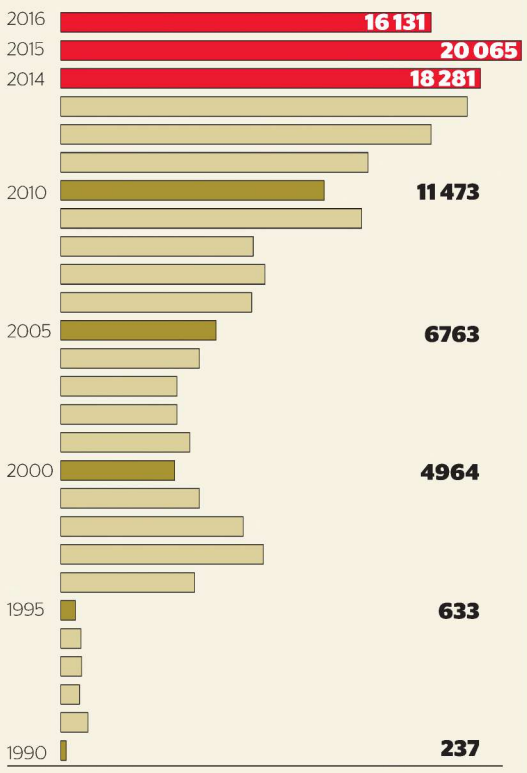
Rakvere Piim loodi 1850, 1857 Kreenholm ja Postimees. 1884 asutati Batlon, 1890 Rakvere lihakombinaat ja Kärdla apteek, aasta hiljem Norma. 1896. aastat loeb oma alguseks Käina vara ja 1989. aastat Liviko ning Phoenix Land.

Ettevõtete arv on kasvanud kriisiaastatel. Esimene kasvuhüpe toimus muidugi 1991, kui üldse sai ettevõtteid registreerida. Sel aastal registreeriti üle kahe korra rohkem ettevõtteid kui kõigil varasematel aastatel kokku.

Järgmine kasvuhüpe oli 1995. aastal, kui igaaastane ettevõtete registreeing kasvas neljakohaliseks numbriks.

2011. aastast saab teha ettevõtet osakapitali sissemaksuta ja alates 2012. aastast on iga aasta registreeritud vähemalt 16 000 ettevõtet.

Eestis registreeritud ettevõtete arv



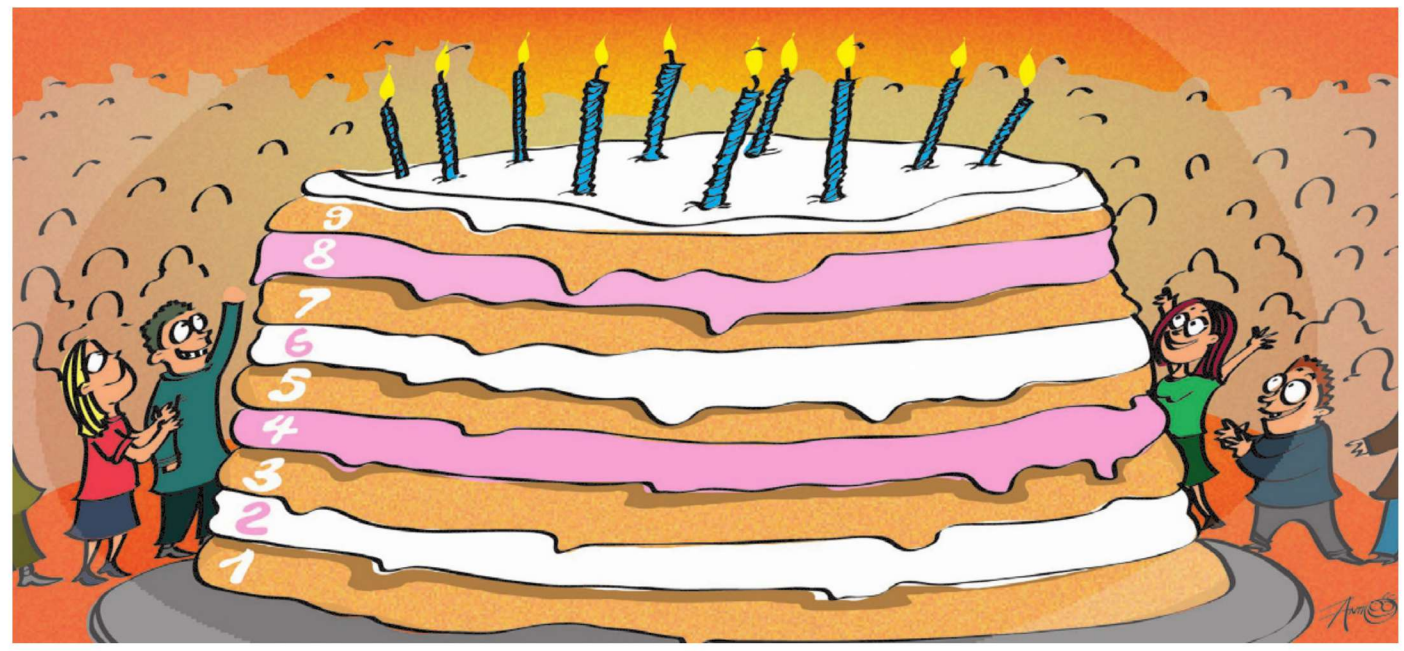
Firmapidu
Toimetaja: Mariliis Pinn, tel 667 0218, e-post: toimetajad@aripaev.ee
Reklaami projektijuht: Silja Valge, tel 667 0068, e-post: Silja.Valge@aripaev.ee ftp.aripaev.ee/incoming/Rekl
Kujundaja: Maire Pukk, e-post: maire.pukk@aripaev.ee
Fototoimetaja: Raul Mee, e-post: raul.mee@aripaev.ee

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 AS Äripäev kirjaliku nõusolekuta keelatud. Kaebuste korral ajalehe sisu kohta võite pöörduda Pressinõukogusse, pn@eall.ee või tel (372) 646 3363.



ILLUSTRATSIOON: ANTI VEERMAA

JUHTKIRI

Sünnipäev on tore päev!

Iga laps on elevil, kui saabumas on sünnipäev. Plaane tehakse isegi 11 kuud ette. Samas, paljud ettevõtjad isegi ei tea, millal ettevõttel uus verstapost täitub, rääkimata sellest, et sündmust kuidagi tähistada.

Äripäeva Infopangas on andmed üle 200 000 ettevõtte sünnist. Loomulikult enamus neist ei tegutse. Tegutsevaid firmasid on kuskil 30 000. Statistika kohaselt ebaõnnestub 80% ettevõtetest oma kahel esimesel tegutsemisaastal ja siis jääb järgi tühi juriidiline keha.

Kui aga oled selle eduka viiendiku seas, kes pärast kahte esimest tegutsemisaastat ikka ettevõtlusega tegeleda suudab, siis hiljemalt kolmas sünnipäev on kindlasti tähistamist väärt sündmus. 10. aasta juubelini jõudmine aga juba omaette saavutus. Eestis on 25 aastat järjest tegutsenud ettevõte aga pigem haruldus. Üle saja-aastaste ettevõtete kokku lugemiseks piisab ühe isiku sõrmedest ja varvastest.

Ettevõtte toimimas hoidmine ei ole lihtne töö ja uue lisandväärtuse loomine on ainus, mis meid edasi viib. Ettevõtte sünnipäev on tunnustus nii omanikele, juhtidele kui töötajatele. Te olete tublid.

Firma sünnipäeva saab tähistada täpselt nii nagu soovite. Võimalustele seab piirid ette vaid fantaasia.

Piisab täiesti maitsva tordi söömisest kolleegide seltsis. Ühisest koosviibimisest restoranis või lihtsast piknikust. Kuid loomulikult saab korraldada sellise etenduse, kust ei puudu jääskulptuurid, akrobaadid ja muusikud.

> **Piisab täiesti maitsva tordi söömisest kolleegide seltsis.**

Uhke *show* asemel aga hinnatakse üha rohkem siirust ja elamusi. Kolleegidega koos veedetud vaba aega, mis aitab luua tiimitunnet, üksteist paremini tundma õppida, et ettevõte veel paremini tööle panna ja järgmist sünnipäeva oleks uhkem tähistada.

Firma sünnipäev loob võimaluse klientidele ennast meelde tuletada, tähelepanu püüda. Näiteks Tallinna Kaubamaja tähistas mullu väärikalt 50. aasta juubelit. Osa said peost nii kliendid kui töötajad.

Tervislikkus ja keskkonnateadlikkus on ka firmapidude juures ilmselt märksõnad, mida ei saa enam trendiks pidada. Need on siin, et jääda ja kõik peavad hakkama nendega arvestama.

Kuidas muidu selgitada, et tortide seas on üha populaarsemad näiteks gluteenivabad küpsetised. Tellijad tunnevad huvi üha rohkem, mis tordis on ja on nõus isegi mahetoorainetest tehtud koogi eest pisut rohkem maksma.

Sama ei saa veel öelda korporatiivkingistuste kohta. Olemas on küll nii-öelda ökotooted, kuid kuna tavalised asjad on tihti läikivamad ja odavamad, siis eelistatakse neid.

Eri trend on ökotooted korporatiivkingitustena. Väike mahešokolaad maksab küll tavaliselt rohkem, kuid oma erilisusega mõjub luksuslikult.

TOIMETAJA VEERG

Liiga palju pidu. Lihtsalt liiga palju...

Juba väikeste laste pidudele organiseeritakse õhkbatuut, kloun, mustkunstnikud, näomaalijad. Lapsed kasvavadki üles mullis, kus iga pidu on uhkem kui eelmine. Ja kui kellegi sünnipäevale jätab lemmikmultika tegelane tulemata, on draama suur.

MARILIIS PINN
mariliis.pinn@aripaev.ee

Tunnistan, ei ole isegi sellest süüst puhas, sest midagi ju võiks ja lapsed väga ootavad neid pidusid.

> **Aga kui korraldus lonkab kahte jalga, siis on peas ainuke küsimus, miks? Miks ma siin olen?**

Kuid kõik see ülevoolav küllus jõuab täiskasvanumaailma. Firmapeo valges saalis on vaikne disko, teises saalis mängib bänd. Kolmandas kohas algab mingi muu etteaste. Kõik on väga hästi korraldatud, hing ihkaks kuulata bänd, ka vaikne disko kutsub. Samas tahaks korraks maha istuda ja suhelda, kaastöötajatega juttu puhuda, midagi, mida alati tööl teha ei saa.

Ka konverentside korraldajad on tõsiselt vaeva näinud. Mitmed paralleelsessioonid, kõrvuti ruumides on mõlemas ülipõnevad ettekanded. Mida võtta, mida jätta.

Hästi on, kui kõik on professionaalselt organiseeritud. Konverentsil saab paralleelsessiooni hiljem näiteks videost järele vaadata. Peol ei kahetse, et pühendasid aja just selle artisti nautimiseks.

Aga kui korraldus lonkab kahte jalga, siis on peas ainuke küsimus, miks? Miks ma siin olen? Kava on uhke, paljulubav, kuid liigses ahnuses on kõike liiga palju. Ei halda korraldajad seda, ega naudi külastajad.

Küllastunud kaasaja firmapeos võiks saada juhtmõtteks "vähem on rohkem". Nautigem pigem vähem, aga kvaliteetsemaid elamusi.

Just praegu on õige aeg osta Alcoscan.

ALCOSCAN®
StylePlus

- Väikseim Alcoscan taskualkomeeter! Täpsusklass A.
  4-punkti kalibreering
- Elektrokeemiline andur – politseitehnoloogia Sinu taskus
- Uudne püsihuulikusüsteem tagab mugava kasutuse endale, sõprade jaoks kaasas lisahuulikud
- Üllatavalt kerge: vaid 66 grammi. Mõõdud 100x44x15mm
  Suur LED ekraan.
- Uhkusega Eestis tehtud! EAML-i tunnustusega

HIND 209€

Ainus KOLM ÜHES Alcoscan alkomeeter

ALCOSCAN®
SATELLITE2

- Alkoholinäit + akupank + LED-lamp
- Elektrokeemiline andur (sama, mis politseiseadmetes)
- Mõõteulatus 0,000-8,000‰, TÄPSUSKLASS A
- Unikaalne 4-punkti kalibreerimissüsteem
- Kaasas laadimisotsikud enamlevinud telefonidele

HIND 265€

Elektrooniliste alkomeetrite hinnad
alates 50€

Alkomeeter on suurepärane valik ettevõtte ärikingituseks, sest:

- **On vähelevinud ärikink (tavapäraste kinkidega võrreldes)**
- **Kingi saajad rõõmustavad praktilise kingituse üle**
- **Näitab, et hoolite kingisaaja turvalisusest**
- **Tuletab Teid kingisaajale meelde alati positiivsetes olukordades – pidudel ja pidude järel**

Teie firma logoga saame valmistada kõiki mudeleid ning ka ühekordseid testreid Alcoscan2 ja DrinkSafe by Alcoscan.
Küsige personaalset pakkumist **rovico@rovico.ee**

Kõik meie alkomeetrid on uhkusega Eestis toodetud!

ROVICO
Vaid parim on piisavalt hea

Tallinnas -- Delta Plaza 11.korrus Pärnu mnt.141 E-R 10-18
Tartus -- Sepa Keskuses, Turu 45-B E-R 9-17.30, L 10-15
Rakveres -- Põhjakeskuse 1.korrusel T-L 10-18
Info ja e-pood www.ALKOMEETER.com
Üleriigiline INFOTELEFON 6515070

EURONICS

Kõik **ONOFF kauplused**, Selverid, Expert, Statoil, Klick, apteegid jpt.
Kokku enam kui 400 kauplust üle Eesti

Eesti Alkomeetrite Müüjate Liidu tunnustuse olemasolu tagab, et tegemist on kõrge kvaliteediga ja pikaajaliseks kasutamiseks sobiva seadmega, mis suudab leida Eesti seadusandluses tähtsaid joobenäite ja on Eestis justeeritud-kalibreeritud ning hooldatav. EAML, Maanteeamet ja Politsei soovitavad kasutada ainult usaldusväärseid alkomeetreid. Ka Rovico laborid omavad EAML tunnustust.

Eestis toodetud ehtne ALCOSCAN alkomeeter kannab alati sellist kleebist nii seadmel kui pakendil. Alcoscan on Rovico Büroo OÜ-le kuuluv kaitstud kaubamärk ja selle kasutamine ilma Rovico loata on kriminaalkuritegu. Kodumaine kvaliteetne töö nii Balti- kui põhjamaade suurimas alkomeetrite laboris tagab hinnale vastava kvaliteedi. Hoidu võltsingutest, vali parim!

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

Kogu alkomeetrite tootmine, hooldamine ja müük toimub ROVICOs ranges vastavuses ISO9001 kvaliteedijuhtimise nõuetega ja on vastavalt rahvusvaheliselt sertifitseeritud Bureau Veritas Certification poolt. Tagamaks meie klientidele parimat võimalikku kvaliteeti!

PIDU MEREL!

Hind **49.–**/reisija

Ootame laevale tähistama nii suuremaid kui ka väiksemaid sündmusi.

Viking Line'i peopakett sobib hästi jõuluaega, firmapidudeks, vastuvõttudeks, sünnipäevadeks, kolleegide või sõpruskonna ühiseks koosviibimiseks.

Väljumine Tallinnast kell 18.00, saabumine tagasi kell 00.00. Maaleminekut Helsingis ei toimu.

PEOPAKETI HINNAS:

- edasi- tagasi laevapilet
- koht B-kajutis
- konverentsiruumi kasutamine
- konverentsiruumi standardvarustus
- kohv/tee/vesi + puuviljavalik
- Bistro Buffet' õhtusöök
- joogikupong

VIKING LINE

Pakkumine kehtib rühmadele alates 6 inimesest kuni 23.12.2016 (v.a pühapäevadel).
Broneeri 666 3944 või rühmad.estonia@vikingline.com
vikingline.ee