Äripäev

Firmapidu

9. oktoober 2015 | Eriväljaanne

TROIKA
RUSSIAN RESTAURANT

RAEKOJA PLATS 15
Tel. +372 627 6245
E-P 10-23
www.troika.ee
Elav muusika iga õhtu!

FROM RUSSIA...WITH LOVE

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

elamuspank

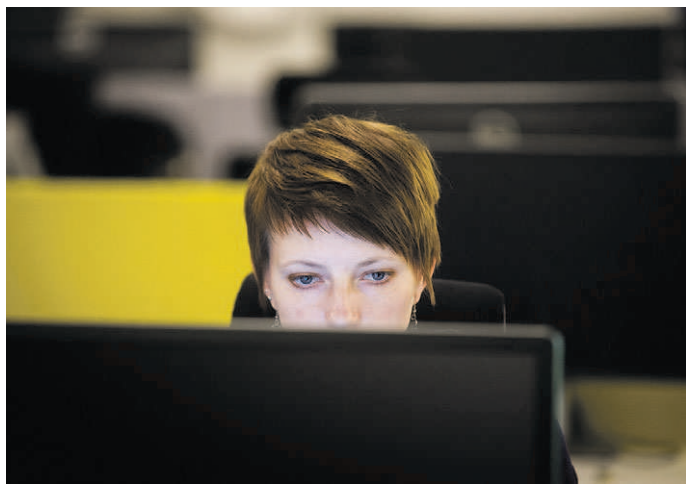
ELAMUSTE AGENTUUR MEELDEJÄÄVATEKS SÜNDMUSTEKS

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

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

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

www.elamuspank.ee
Teie elamuste teejuht



↑ **UUS keskkond Trip Trip Hurray võimaldab kiirelt leida sobiva söögi- või majutuskoha, ostukeskuse või spordisaali rohkem kui 19 riigis.** FOTO: RAUL MEE

Trip Trip Hurray Euroopa peatuspaikade välimääraja

Eestis loodud uus veebikeskkond TripTrip Hurray (www.triptriphurray.com) võimaldab leida lihtsalt ja kiiresti erisoovidele ja -vajadustele vastava sobivaima söögi- või majutuskoha Euroopa piires.

Otsingumootor TripTrip Hurray on kahe Eestis elava ungarlase Vera Erdosi ja Gabor Kothenci ning arenduspartnerina kaasatud Opus Online'i loodud teenus, mille abil saab kodulinnas või välisriigis viibides leida sobivaima koha einestamiseks või pikemaks peatumiseks.

TripTripHurray loojate sõnul oli puudu keskkond, kust oleks võimalik leida restoranide, hotellide, ostukeskuste, spordiklubide või mõne muu koha kohta nii põhjalikku informatsiooni, et see rahuldaks täielikult spetsiifiliste vajadustega klienti.

Portaali loojate sõnul on taoline informatsioon, mida nende veebikeskkond nüüd pakub, enamasti näiteks restoranide või ööbimiskohtade kodulehtedel peaaegu olematu.

Hetkel pakutakse TripTrip-Hurray teenust 19 Euroopa riigis ning valida on võimalik ligi 2000 söögi- ja peatumiskoha vahel. 2015. aasta lõpuks loodetakse teenust pakkuda juba sajas riigis. Areneva portaali peamine eesmärk on jõuda võimalikult laia kasutajaskonnani, kuid selle saavutamiseks on oluline pidevalt täienev andmebaas koos kohtade arvustustega.

SEKRETAR.EE

Eesti uue golfiväljaku ja klubihoone võrra rikkam

Septembri lõpust on Pärnumaal Tahkurannas avatud Eesti esimene *links*-tüüpi ehk liivasele pinnasele ja mere äärde rajatud golfiväljak Pärnu Bay Golf Links koos kaasaegse klubihoonega.

"Tõelisi links golfiväljakuid on maailma umbes 38 000 väljaku seas ligikaudu 1%, sealhulgas ka golfi sünnikoduks peetav St. Andrews' ajalooline väljak Šotimaal," rääkis Pärnu Bay Golf Links omanik Peter Hunt. "Tahkuranna mereäärne piirkond oli sellise väljaku rajamiseks ideaalne. Tunnustatud Soome golfiarhitekti Lassi-Pekka Tilanderi kavandatud väljak sobitub ümbritsevasse loodusesse, moodustades sellega täiusliku koosluse."

Pärnu Bay Golf Links golfikompleksis on lisaks 18-rajalisele väljakule ka viis par-3 rada ning harjutusväljakud nii lähi- kui kauglöökide harjutamiseks. "Väljaku pikkus on 4500 kuni 6200 meetrit. Väljakul paikneb efektne klubihoone, kus asuvad saunad golfimängijatele, golfitarvikuid pakkuv kauplus, *lounge*'i kohvik ning restoran Eagle, mis pakub šoti maitseid põhjamaises võtmes," rääkis väljaku tegevjuht Marko Kaldoja.

ÄRIPÄEV

↑ **MEREÄÄRSES Pärnus avati hiljuti uus, 18-rajaline golfiväljak koos kaasaegse klubihoonega.** FOTO: PÄRNU BAY GOLF LINKS

Taotle konverentsikorralduseks toetust

EAS avas taotluste vastuvõtu rahvusvaheliste konverentside korraldamiseks Eestis. Alates 17. septembrist saab esitada taotlusi toetuse saamiseks rahvusvaheliste sündmuste ja konverentside meetmest.

"Rahvusvahelisi konverentse näeme nii Eesti maine kujundajatena kui ka otseselt Eestisse täiendavate väliskülastajate toojatena," ütles EASi juhatuse liige Sigrid Harjo.

"Rahvusvaheliste sündmuste ja konverentside meedet pakub EAS turismitoetusena, kust toetuse saamiseks peab korraldatav konverents kaasa tooma vähemalt 500 väliskülastaja majutusööd Tallinnas või Harjumaal. Mujal Eestis korraldatava konverentsi puhul peab see arv olema vähemalt 300," täiendas ta.

Taotlemine on jooksev ning taotlusi saab esitada kuni meetme eelarve vahendite lõppemiseni. "Võrreldes varasema voorulise taotlemisega, kus taotlusi sai esitada vaid taotlusvooru jooksul, saavad nüüd konverentside korraldajad oma taotluse esitada jooksvalt just neile sobivaimal ajal," selgitas EASi arenduskonsultant Piret Loorand.

"See annab konverentsikorraldajatele kindluse võtta vastu näiteks rahvusvahelise organisatsiooni pakkumine roteeruva konverentsi korraldamiseks Eestis. See tähendab seda, et toetuse saamise taotlust on võimalik esitada kiiresti ning sellega ei pea ootama järgmise aasta taotlusvooruni," lisas Loorand. Toetusmeedet kaasrahastab Euroopa Regionaalarengu Fond. Lisainfo: http://eas.ee/rsk

ÄRIPÄEV

KATAJA EVENT
LOOME LAHENDUSED ÜRITUSTEKS

TELGID

TERRASSID

ESINEMISLAVAD

TRIBÜÜNID

ERILAHENDUSED

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

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

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

FIRMAPIDU 9. oktoober 2015
toimetaja Signe Sillasoo, tel 667 0218, e-post signe.sillasoo@aripaev.ee

Ä Tasub teada

5 põhjust, miks teenusepakkujaga leping sõlmida!

Lepingus on fikseeritud hind, kogused, koht, tähtaeg jne. Suulistest kokkulepetest ei saa pooled alati üheselt aru, ei pane kõike tähele või ei kuule kõike.
Leping hõlmab kokkulepet laiemalt ehk kirjaliku pakkumise kõrval on selles reeglina fikseeritud ka muud tingimused ja kokkulepped juhuks, kui kõik ei lähe plaanipäraselt.
Leping on detailsem kui kirjalik pakkumine ehk see kajastab ka neid detaile, millele teenuse tellija algselt ei oska ise tähelepanu pöörata.
Leping on detailsem kui suuline kokkulepe ehk võimaldab vajadusel ühe või teise osapoole esindaja puudumisel kokkuleppest aru saada ning neid täita ka kellelgi kolmandal.
Leping annab täiendava garantii ehk võimaldab ebaõnnestumise korral sisse nõuda tekkida võivat kahju.

ALLIKAS: INGMAR SAKSING, LVM KINNISVARA JUHATUSE LIIGE

„Isegi kui on eelnevalt sõlmitud lepingud, ei päästa need ürituse ebaõnnestumisest. Klient on ju see, kes jääb näiteks esinejast ilma. Tema vaatab pahaselt otsa nii ürituse korraldajale kui ka esinejale endale.

Lauri Sokk, Kolm Õuna projektijuht

Sõlmida lepingud või mitte?

Kuigi juristid soovitavad firmaürituste korraldamisel kindlasti teenusepakkujatega lepingud sõlmida, nendivad üritusturundusfirmad, et kirjalik paber ei garanteeri õnnestumist. Rohkem loeb usaldus ja ka Eesti väiksus – kui teenusepakkuja alt veab, siis edaspidi talle tööd ei pakuta.

KAROLIINA VASLI
kaasautor (Õhtuleht)

LVM Kinnisvara on oma ürituste puhul tavaliselt taktikepi hoidja ehk korraldamine võetakse enda peale. Firma juhatuse liikme Ingmar Saksingu sõnul sõlmivad nad kirjalikud kokkulepped teenusepakkujatega juhul, kui üritus on pikalt ette planeeritud, samuti ka siis, kui tegemist ei ole kauaaegse koostööpartneriga.

"Pikalt ette planeeritud ürituste puhul on reeglina rohkelt erinevaid osapooli ning nende ürituste õnnestumiseks oleme teinud kokkulepete kõrvale reeglina ka plaani B. Kui tegemist on esmakordse koostööprojektiga, siis kokkuleppe kõrval püüame saada kindlasti ka soovituse," selgitas ta tööprotsessi.

"Teisalt, ükski kokkulepe ei taga ürituse edukat toimumist, mistõttu oleme suuremad ettevõtmised kindlustanud ja võimalusel asendanud ettemaksu meiepoolse garantiiga. See küll ei taga ürituse toimimist, kuid vähendab suuremate eelarvetega ürituste puhul riski."

Soovitused maksavad. Ingmar Saksingu sõnul on nende kogemused teenusepakkujatega valdavalt olnud väga head või head. "Kuivõrd suhtleme igapäevaselt väga paljude valdkondade esindajatega, siis oleme eelistanud koostööpartnereid, keda ise teenindame või neid, keda meie kliendid või partnerid on meile soovitanud," selgitas ta.

Projekti raames sõlmitava lepingu pakub välja koostööpartner, sõnas Saksing, mil-

↑ **PIKALT** ette planeeritud firmasündmuste korraldamisel tasub teenusepakkujatega sõlmida leping, alati tasub varuks mõelda aga ka plaan B. FOTO: RAUL MEE

le siis sõltuvalt vajadusest vaatab üle jurist. "Meil on sõlmitud õigusteenuste lepingud, mille raames palume üle vaadata ka üritüste korraldamisega seotud lepingud ja kokkulepped. Arved tuhandetesse eurodesse pole küündinud."

Rahvusvahelise firma Microsoft Balti regiooni juhi Rein Laane sõnul on neil raamlepingute põhjad korporatsiooni poolt ette antud. "Oleme need eesti keelde tõlkinud ja juristi abiga Eesti seaduste järgi kohandanud." Üritusi firma otse ei korraldagi, kuna neil on kahe–kolme üritusturundusagentuuriga kolme- kuni viieaastased raamlepingud, kus on kirjas teenuste hinnatasemed ja üldine loetelu neist teenustest, mida tellitakse.

"Iga konkreetse ürituse puhul küsime antud raamlepingu raames ja vastavalt konkreetsele ürituse või lähteülesandele hinnapakkumise ning teeme maksekorralduse, kus on täpselt kirjeldatud teenus, selle hind ning tähtajad," selgitas Laane.

Hinnapakkumine ongi kokkulepe. Üritusturundusagentuuri Hype üks juhtidest Marko Lõhmus toonitas, et Eesti turg on väga väike ja kõik teavad ja tunnevad üksteist hästi. "Kuskil miskit ära käkkides kuuleb sellest järgmisel päeval kogu vabariik ning edaspidi võib töö ja klientide leidmine olla päris keerukas. See on tegelikult ka põhjus, miks iga vähegi enesest ja teistest lugupidav tegija püüab kvaliteetset teenust osutada."

Agentuuride eesmärk on Marko Lõhmuse sõnul ennekõike just projekti kui terviku haldamine, see hõlmab ka kokkuleppeid kõikide allhankijatega.

"Tegelikult on see sündmuse õnnestumisel võtmetähtsusega, et ühe projektijuhi käes on ülevaade kogu tervikust. Kuigi, on tulnud ette ka erandeid, kus klient tellib mõne osise otse. Lõplikud briifid ja kokkulepped käivad siiski ka sel juhul läbi agentuuri."

Liigset bürokraatiat vähemasti tema agentuuris aga ei armastata. "Eetika on meie jaoks väga olulisel kohal ning seisame nii enda, oma koostööpartnerite kui ka oma klientide õiguste eest. Piisav dokument on tänapäeval ka e-mail, reeglina fikseerime mailitsi kõik detailid võimalikult selgelt ja konstruktiivselt – ilma võimaliku lepingute draftides kirjasoleva ballastita. Mõistagi tuleb ette erandeid, kõik oleneb olukorrast."

Üritusturundusega tegeleva firma Kolm Õuna projektijuht Lauri Sokk oli sama meelt, reeglina toimuvad teenuspakkujate ja üritüskorraldajate vahel suhted järgnevalt: hinnapakkumine, läbirääkimised, hinnapakkumise kinnitamine, teenus, arve.

"Eraldi lepingud sõlmitakse väga konkreetsete ürituste raames. Näiteks tavaliste suvepäevade puhul on hinnapakkumine kui ühine lepe, mille korral tellija nõustumisel pakkuja poolt esitatud tingimustele (hind - toim.) sõlmitakse ka tehing. Ehk lihtsamalt öelduna, kui teenuse tellija on nõus hinnapakkumisega, saab *catering* ka selle alusel juba toitu valmistama hakata," sõnas Sokk.

Leping ei taga õnnestunud sündmust. Ta lisas, et neil altvedamisega õnneks kokkupuuteid pole, ent sellise olukorra eest ei ole ükski üritusturundaja kunagi kaitstud.

"Isegi kui on eelnevalt sõlmitud lepingud, ei päästa need ürituse ebaõnnestumisest. Klient on ju see, kes jääb näiteks esinejast ilma. Tema vaatab pahaselt otsa nii ürituse korraldajale kui ka esinejale endale," selgitas Sokk. "Kui tingimused pole sellised nagu lubati, on see täielikult ürituse korraldaja vastutada."

Advokaat: tihti ei julgeta kirjalikku lepingut küsida

Advokaadibüroo Hansa Law Offices vandeadvokaat Siiri Malmbergi sõnul ei julgeta või ei osata tihti küsida kirjaliku lepingu sõlmimist teenusepakkujaga – kokkulepped sõlmitakse teenuse osutamise käigus enamasti kas suuliselt või e-kirjavahetuse käigus.

Malmbergi sõnul on kirjalik leping üks ja ühtne dokument, mis sisaldab poolte kokkuleppeid. "Kui kokkulepe sõlmitakse suuliselt, siis on paljuski usalduse küsimus, kuidas ja kas see täidetakse ning vaidluse korral on raske seda tõendada. Kui kokkulepe sõlmitakse e-kirjavahetuse käigus, siis on tõenäoliselt võimalik nende sisu hiljem tuvastada, kuid see võib olla oluliselt raskendatud, kuna e-kirjavahetused on tihti pikad ja lohisevad ning sisaldavad lisaks kokkulepetele ka muud infot."

Konkreetsed kokkulepped. Malmberg soovitab kindlasti kokku leppida, milles osutatav teenus täpselt seisneb, millal seda osutatakse ja millistele tingimustele see vastama peab. "Näiteks kui toitlustuse puhul tellitakse 100 tikuvõileiba, siis tuleks lisaks kogusele kokku leppida, millised tikuleivad olema peavad ja millal need peavad olema kohale toodud," näitlikustas ta.

"Loomulikult on teenuseid, kus ei pruugi olla väga lihtne sõnastada, millistele tingimustele teenus vastama peab. Näiteks võib olla keerulisem leppida kokku selles, millistele tingimustele peab vastama õhtujuhi teenus, kuid ka siin saab kokku leppida, millised on tellija ootused õhtujuhile, millal, kus ja millise aja jooksul teenust osutatakse."

Kuidas lahendada vaidlusi, kui leping on sõlmitud, aga teenusepakkuja ei täida lubadusi? "Esmajoones on tellijal õigus nõuda kohustuse täitmist, alternatiivina alandada hinda (arvestades hinna alandamise reegleid) või nõuda tekitatud kahju hüvitamist. Samuti on võimalik teenusepakkuja kohustuste täitmist tagada, näiteks lepingu rikkumise juhuks ette näha leppetrahv," selgitas Malmberg. "Esmajärjekorras tuleks proovida tekkinud probleemi lahendada läbirääkimiste teel, kuid nende nurjumisel kaaluda pöördumist vaidlusi lahendava organi poole."

Ootamatu äpardus: toas sooja 11 kraadi

Ühe sündmuse õnnestumine sõltub väga paljudest erinevatest detailidest, mis kõik võivad vedada alt: elekter läheb ära, buss läheb katki, lumetorm ummistab teed vms, sõnas Marko Lõhmus, üritusturundusagentuuri Hype üks juhtidest.

"Ja uskuge, viimasel hetkel või jooksvalt ootamatute asjade lahendamist tuleb kõikidel üritusturundajatel ette väga sageli," lausus ta.

Ta tõi välja seiga ühe majutusasutusega. Keset talve ja pakast saabuti idülliliselt kaunisse majutusasutusse noobli 40-pealise grupiga. Nagu ikka, kõik detailid olid eelnevalt kokku lepitud ja majutusasutus oli kõike nõutut ka kenasti täitnud. Välja arvatud üks pisiasi – firma ei leppinud eraldi kokku selles, et tubades peaks olema sooja pisut enam kui 11 kraadi.

"Küttesüsteem oli läinud paari päeva eest katki ning meid tellijana sellest ei teavitatud. Pettumus ja paanika kliendi poolt oli võimas," märkis Lõhmus. Selle asemel, et nukralt koju tagasi minna, mõeldi välja erinevad lahendused, muu hulgas seegi, et kogu rahvas läheb bussi tagasi ja proovitakse leida uus majutuskoht.

"Parim lahendus aga võitis. Otsisime üles lähima ehituspoe juhataja, kurtsime muret, läksime vastu ööd poodi ning ostsime poe soojapuhuritest tühjaks. Kohapeal leiutati jooksvalt ka uus elektrisüsteem ning maja saigi soojaks."

Toit täidab sündmusel kõhud ja meeled. Kuidas plaanida eineid?

Maitsev toit mängib ürituse õnnestumisel suurt rolli – sellega saab osalejaile õhustikku luua, aga ka sündmust meeldejäävaks muuta.

Westgroup Cateringi tegevjuht Kadri Niinepuu sõnul peaks korraldaja teadma, millist emotsiooni oma sündmusel luua soovitakse ning selle peoteenindusfirmale edasi andma.

„Menüü koostamine sõltub osavõtjate taustast ning sellest, millal konverents-seminar algab, milline on päevakava ja formaat ning kas on vaja jälgida mingit kindlat stiili," selgitas ta.

Samuti aitab teadmine, kas osalejad on eri positsioonidel või ka erinevatest rahvustest, mis võivad tingida erisoovid-vajadused taldrikute täitmiseks. Rolli mängib ka vanus.

„Nooremad osalejad on tavaliselt avatumad uuele ja huvitavale, ka ei pane nad pahaks vürtsikamat toitu. Eakad inimesed eelistavad sageli "rahulikumat" menüüd."

Ka tasub uurida erinõudmisi toidu osas. Lisaks allergiatele, nagu laktoosi- ja gluteenitalumatus, määravad valimist eelistused.

„Kas osalejate hulgas on taime- või toortoitlasi? Aina rohkem tahetakse külalistele pakkuda midagi uut ja tervislikku," kommenteeris Niinepuu.

> **Aina rohkem tahetakse külalistele pakkuda midagi uut ja tervislikku.**
>
> **Kadri Niinepuu, Westgroup Cateringi tegevjuht**

0,5

tunnist piisab lõunaks, kui toit serveerida annustena karpides. Buffee puhul maksab arvestada kaks ning piduliku erinevate käikudena serveeritava puhul kolm korda pikema ajaga.

Niinepuu toob Äripäeva teemaveebis Sekretar.ee välja rea küsimusi, millega sündmuse toitlustamist planeerida saab.

SEKRETÄR.EE

KOHVIPAUSIDEL pakutakse järjest enam lisaks kohvile-teele ka täitvamat, näiteks mahla või smuutit. FOTO: RAUL MEE

Ä Samm sammult
Kuidas planeerida kolme eriilmelist einet päevas

1. Kohvipaus kui väike vahelaadimine

Kui konverents algab hommikul ja inimesed tulevad üle Eesti kokku, siis võiks pakkuda tervituskohvi kõrvale midagi toekamat: võileibu, pirukaid või tervislikku smuutit.

Järgnevate kohvipauside sisu sõltub sellest, milline on olnud hommikune tervituskohv ja kui pikk tuleb päev. Aina enam pakutakse kohvipausi ajal puuvilja, smuutit ja toormahla.

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

3. Lõunapaus tuleb hästi läbi mõelda

Sageli on konverentside üheks oluliseks osaks ka osavõtjate omavaheline suhtlemine, seega tasub lõunapausiks võimaluse korral veidi rohkem aega jätta.

Kui lõunaks on aega vaid 30 minutit, on mõistlik söök serveerida portsjonkarpides. Buffeelõuna puhul saab tunniga hakkama.

Kõige enam serveeritaksegi lõunasööki ja kohvipause buffeena ning kuna üldjuhul istutakse seminaridel tunde, on vahepealne „jalasirutus" teretulnud. Vaagnatel ja taldrikutel mitmekäigulise lõuna serveerimine võtab kauem aega, arvestada 1–1,5 tunniga.

Kui tegemist on terve päeva kestva seminariga, on mõistlik pakkuda sooja sööki. Toit ei tohi olla raskesti seeditav, muidu ei jõua inimesed konverentsi teist osa jälgida.

Alternatiivina klassikalisele praele võib pakkuda lõunaks erinevad salateid ja plaadipirukaid (quiche) või toitvat ja eksootilise päritoluga suppi.

4. Õhtusöök – punkt või tähistamine?

Õhtusöögi menüü valik sõltub sellest, kas see on pikema koolituspäeva lõpetamiseks või mõne suure konverentsi lõpu tähistamiseks.

Kas enne õhtusööki võiks tööpingete maandamiseks ja osalejate omavahelise vestluse õhutamiseks teha tunniajase kokteilitunni koos suupistetega?

Kas sobilik on kiirem buffee või nõuab ürituse stiil mitmekäigulist õhtusööki – banketistiilis ümber laua istudes?

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

RAHADE PLANEERIMINE

Varajane planeerimine toob kokkuhoiu. Kohtu teenusepakkujaga

MAARJA LEGA
kaasautor

Firmapeo eelarvet planeerides on oluline võimalikult varakult mõelda läbi erinevad pisidetailid, et korralduse käigus ei tekiks ootamatuid rahalisi kulutusi. Viimasel minutil üritust korraldama asudes tuleb tavaliselt leppida kallimate alternatiividega.

Sündmuse korraldamist tuleks alustada kohe, kui tekib idee ja vajadus. Kõige olulisem on paika panna eesmärk ja leida vajadusel sobiv partner ürituse korraldamiseks. „Mida varem partner leitakse, seda rahulikum ja läbimõeldum saab kogu korraldamise protsess olema," selgitas Taavi Puuorg, Acer Events OÜ vabaaja insener. Üldiselt võiks firmapeo planeerimisega alustada kolm kuni kuus kuud enne sündmust.

Varajasel planeerimisel on eelarvele kaudne mõju. Otseselt varane organiseerimine eelarvet ei mõjuta. „Küll aga on sel kaudne mõju – kui jätta planeerimine viimasele minutile, siis on suur tõenäosus, et ei leita soovitud lahendust ning tuleb otsustada kallima alternatiivi kasuks," põhjendas Inara Laan, Creative4 projektijuht.

Enne firmapeo eelarve planeerimist tuleb läbi mõelda sündmuse vajadus ja mida soovitakse selle korraldamisega saavutada. „Kui kliendil on konkreetne visioon, mida sündmusega soovitakse saavutada, siis on agentuuril lihtsam oma tööd professionaalselt teha," rääkis Puuorg. Suureks abiks on ka orienteeruv eelarve number. Detailide paika panemisel oskavad vajadusel sündmusturundusagentuurid aidata, nende igapäevatööks on sündmuste planeerimine, lisas Laan – nad oskavad erinevaid kuluartikleid ette näha.

„Väga raske on keskmist hinda (ühe inimese peale kuluvat summat – toim.) öelda. Kõik oleneb nii programmi sisust, sündmuse tüübist, inimeste arvust, toidust kui ka asukohast," selgitas Laan. Mõnusa sündmuse saab korraldada vahemikus 40 kuni 80 eurot inimene, täiendas Puuorg, kuid lisas, et hinda mõjutavaid asjaolusid on palju. „Seetõttu ongi eelpool nimetatud hinnavahemik üpris laiahaardeline," märkis Puuorg.

Eelarves ei tohiks ootamatuid kulusid tekkida. Puuoru hinnangul ei tohiks sündmust korraldades ootamatuid kulusid tekkida, sest kõik detailid peaksid eelnevalt olema läbi mõeldud. „Üldjuhul tekitatakse puhver siis, kui pidu on korraldamas ettevõtte enda töötaja, kes võib paratamatult mõned detailid suures tööhoos ära unustada," selgitas ta. Laan aga arvas, et ootamatute kulude puhver võiks laias laastus olla siiski umbes 5% kogu eelarvest. „Meie praktikas ei ole selleks vajadust olnud, kui tellija jääb kokkulepitud detailide juurde ja ei soovi viimasel hetkel muudatusi teha," põhjendas Laan.

> **Üldjuhul tekitatakse puhver siis, kui pidu on korraldamas ettevõtte enda töötaja, kes võib paratamatult mõned detailid suures tööhoos ära unustada.**
>
> **Taavi Puuorg, Acer Events OÜ vabaaja insener**

Puuorg nimetab kõige levinumaks müüdiks firmaürituse eelarve koostamisel seda, kui arvatakse, et oma töötaja korraldab kõik ära ning selle tulemusena hoitakse kokku ettevõtte kulusid. „Reaalsus on hoopis teine," oli Puuorg veendunud. Ka Laan oli seda meelt, et lõppkokkuvõttes võib siiski agentuuri korraldatud sündmus osutuda mõningatel puhkudel soodsamaks lahenduseks - seda just erinevate detailide läbinägemise osas.

Lisaks nimetab Puuorg suureks veaks hindade alla surumist ning kauplemist. „On loomulik, et kõik read tuleb kriitiliselt üle vaadata, kuid samas tuleb anda aru, et kõik hinnad on välja käidud *case-by-case* ning on põhjendatult selliselt eelarvesse pandud," nentis ta.

Pidu ei tasu korraldada igalt poolt kokku hoides. Peo külalised tunnetavad suurt kokkuhoidu ning sellisel peol või sündmusel ei ole mõtet. „Õnneks enamus agentuure suudavad oma nõuga ära hoida liigset kokkuhoidu ja eemale kaldumist põhilisest eesmärgist," ütles Puuorg.

„Valides agentuuri, soovitaks hoida mõistlikku joont ning välja valida kolm kuni viis, kellele päring esitada," õpetas Puuorg. Lisaks soovitas Puuorg alustada otsimist Eesti Turunduskommunikatsiooni Agentuuride Liidust (ETKAL). „Astusime liitu alles hiljuti. Püüame ka üritusturunduse valdkonnas tegeleda asjadega, mis meid kõiki ühendab," kirjeldas Puuorg. Loomulikult saab häid soovitusi ka kolleegidelt, partneritelt. Hea on aga alati ettevõtete taust ka ise üle kontrollida.

Laan soovitas ka eelnevalt teenusepakkujaga kohtuda. „Üks asi on lugeda pakkumist ja eelarvet, kuid hoopis teine on see, kui pakkuja saab selgitada enda nägemust ja kaasnevaid detaile. Kõike ei ole võimalik pakkumisse kirja panna," toonitas Laan.

← **ÜRITUSTURUNDUSFIRMA** **Acer Events OÜ vabaaja inseneri Taavi Puuorgi sõnul ei tohiks sündmust korraldades ootamatuid kulusid tekkida, kui detailid on eelnevalt läbi mõeldud.** FOTO: EIKO KINK

Tasub teada
Mida silmas pidada eelarvet koostades?

Koosta lähteülesanne. Sea eesmärk ning hakka võimalikult vara korraldamisega peale.
Pane paika peo toimumise aeg.
Selgita välja külaliste arv.
Selgita välja ootused sündmuse toimumise kohale.
Milline on peo meelelahutusprogramm?
Kuidas on lahendatud toitlustus?
Kui vaja, leia endale hea partner, kes suudab hoida kulutused mõistlikes piirides.

ALLIKAS: INARA LAAN, TAAVI PUUORG

3–6

kuud enne sündmuse toimumist oleks mõistlik alustada selle planeerimist ja korraldamist.

KOMMENTAAR

Usalda, aga kontrolli – külasta enne peopaika

MARI MOORA
Uusmaa Kinnisvarabüroo personalijuht

Firmapeo planeerimist, olenevalt peo iseloomust, tuleb alustada võimalikult varakult, vahel aasta kuni kaks varem.

Tihti on peopaigaks soovitud kohad broneeritud – selleks, et meelepärane koht endale saada, tuleb varakult reageerida. Samuti aitab see kaasa ka soodsamate hindade saamisele, kuna viimase paari aasta jooksul on näiteks toitlustushinnad märgatavalt tõusnud. Firmapeo planeerimisel levinuim eksiarvamus on ettekujutus sellest, kui palju võib pidu maksma minna. Tavaline on, et pidu läheb alati rohkem maksma kui planeeritud.

Alati leidub tutvusringkonnas keegi, kes on varasemalt pidude korraldamisega ja teenusepakkujatega suhtlemisega kokku puutunud. Hea mõte on nende inimestega konsulteerida – see teeb lihtsamaks parima valiku leidmise, kuna sõbra soovitus on usaldusväärsem kui ükski foto või kodulehele kirjutatud tutvustav tekst.

Kasuks tuleb ka peopaiga varasem külastamine ja teenusepakkujaga näost–näkku suhtlemine. See tagab kindluse, et pakutav vastab kirjeldusele. Oluline on see, et teenuspakkujatega saavutataks ühine mõistmine, mis omakorda on taas abiks peo õnnestumisele.

Kuidas vältida jõulupeopaanikat?

Põmaki-printsiip tuleb appi

ANN VAINLO
pidupaev.ee ja seminarroom.eu toimetaja

Varakult valitud ja õige peokoht ning korralikult läbimõeldud idee on meeldejääva jõulufirmapeo kõige olulisemad eeldused.

Kui suvepäevad peetud, hakkavad mõtted vaikselt jõulupeo korraldamise, ruumide leidmise, kava ja muu vajaliku suunas tüürima. Järgnevalt jagan soovitusi jõulupeopaanika vältimiseks.

Pidu inimestele. Alusta peo korraldamist oma inimestele mõtlemisest, mitte sobiva koha otsimisest! 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 tegevusi mugavas ja soojas keskkonnas. Ning n-ö 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.

Jõulupeo teema ei pea sugugi kõikidele tulema täieliku üllatusena – räägi inimestega oma ideedest.

Mis on jõulupeo eesmärk? Mida on meeskonnas praegu kõige enam vaja? Kas hoida kinni traditsioonidest ja korraldada jõulupidu nagu eelnevatel aastatel? Teha midagi uut ja üllatavat, minna meeskonnaga teatrisse või kontserdile? Raputada meeskond tardumusest lahti, mõelda adrenaliini tekitavatele tegevustele ja arendada hoopis 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.

> **Eelarvet võiks vaadata alles siis, kui vajadused on kaardistatud. Eelarve suurust saab reguleerida tegevusi valides või osalejatega kulusid jagades.**
>
> **Ann Vainlo, pidupaev.ee ja seminarroom.eu toimetaja**

JÕULUPIDU planeerides tasub lähtuda PÕMAKI-printsiibist – mõelda, millal pidu korraldada, mida lauale panna, kes on õhtujuht, mis muusika kõlab ja kuidas saada hakkama irisejate inimestega. FOTO: PANTHERMEDIA/SCANPIX

Ä Tasub teada
PÕMAKI-printsiip aitab asjad läbi mõelda!

P – pidusöök ehk toit. Kui kõik muu on ideaalne, kuid toit tekitab nurinat, siis kukub üritus tõenäoliselt läbi. Niisiis tasub toidule tähelepanu pöörata. See peab maitsema hästi ja kogused peavad olema piisavad. Ekstravagantsustest soovitan hoiduda, pigem järgige menüüd koostades neutraalsemat joont. Tänapäeval tuleb sageli arvestada ka taimetoitlaste ja allergikutega.

Õ – õhtujuht. Et tüüpilist eestlast peo alguses vedama saada ja hiljem ohjes hoida, läheb vaja õhtujuhti. Ka siis, kui planeerimisfaasis tundub, et küll kõik sujub ja "eks me jagame seda kohustust". Väiksematel üritustel võib õhtujuht olla mõni hea suuvärgi ja laheda olemisega kolleeg, kes sobib hästi meeskonna liidriks. Suurematel üritustel tasub kaasata professionaal.

M – muusika. Hea muusika tõmbab peo käima, sest tants ja trall on ikka ühe korraliku peo meeldejäävaks ja oluliseks osaks. Kui valida on keskpärase bändi või korraliku diskori vahel, valige viimane.

A – alkohol. Sellest ei saa suurematel pidupäevadel üle ega ümber. Vägijookide liigtarbimisest tekkivate ebameeldivate olukordade minimeerimiseks soovitan pakkuda alkoholi raha eest.

K – korraldamise aeg. Juhul, kui ei leia sobivat aega ja kohta detsembris, siis võid peo teha ka jaanuaris, mil aeg kulgeb kordades rahulikumalt. Tavaliselt ei jää see risti-põiki ette ka paljudele teistele jõulusündmustele.

I – irisejad inimesed. Paljud firmapidusid korraldavad turundus- või personalijuhid on kurtnud, et nende peokorraldussoovi nullivad tihti ära inimesed, kel kärss kärnas ja maa külmanud, nagu ütlesid vanad eestlased. Kuid ma olen kindel, et kui paned südame ja energia firma jõulupeo korraldamisse, siis ei peaks sa laskma end sellistel hädapasunatel häirida – ülejäänutele suutsid kinkida toredad peotunnid.

Jõulupidu Meremuuseumis

Valdavalt käiakse muuseumis päevasel ajal, kuid vähesed teavad, et muuseumi põnevusest ja avastamisrõõmust osa saamiseks on ka teisi võimalusi. Öö muuseumis ei pea jääma pelgalt tuntud filmipealkirjaks, vaid seda saab ka sõna otseses mõttes omal nahal kogeda. Korralda näiteks mõnus jõuluistumine väiksemas kollektiivis või sootuks uhke vastuvõtt suuremale seltskonnale.

Eesti Meremuuseumis saab korraldada väiksemaid meeskonna motivatsiooniüritusi ning pidulikke vastuvõtte kuni galaõhtusöökideni välja. Kõigele lisaks on siin palju avastamist, katsetamist ja võimalus ammutada teadmisi läbi põnevate lugude ja legendide. Kõigeks selleks on muuseumil välja pakkuda tervelt kolm eriilmelist kohta.

Keskaegne suurtükitorn Paks Margareeta

Kohalik külastaja saab Paksust Margareetast tõelise nostalgiaelamuse, sest sealne ekspositsioon on püsinud muutumatuna alates 1981. aastast. Nelja korruse vahel liikudes satutakse justkui ajamasinasse, mis viib tagasi lapsepõlve eredate muuseumimälestuste juurde. Vähe aga teatakse, et 500 aasta vanuste paekivimüüride vahel saab korraldada omanäolisi vastuvõtte ning pidusid kuni 150le inimesele. Olgu selleks privaatne bufeevastuvõtt esimesel korrusel või kokteililaudadega networking üritus terves tornis. Katuseterrassil saab nautida kaunist vaadet sadamale, merele ja vanalinnale.

Suur Tõll – tõeline jäämurdja

Lennusadama kaiäärne muuseumilaev – üle saja aasta vanune jäämurdja Suur Tõll sobib hästi ka meeskonnasisese jää murdmiseks. Ajastutruu interjööriga vaikselt õõtsuv aurik pakub vaheldust töörutiinile ning uut keskkonda ajurünnakuks või meeldejäävaks koolituseks. Pardal asuv seminariruum on varustatud vajaliku tehnikaga ning mahutab laua taha kuni 20 inimest. Eraldiseisva programmina või vaheldusena päev läbi kestnud mõttetööle pakub lusti meeleolukas ja hasartne fotojaht, mille käigus leitakse ja taaselustatakse Suure Tõllu värvikirev ajalugu. Kui soovitakse end tunda aga tõeliste ohvitseridena, siis saab luksuslikus ohvitseride messis korraldada piduliku neljakäigulise õhtusöögi. Soovi korral võib liituda õhtusöögiga ka ajalugu hästi tundev kapteniriietuses tegelaskuju, kes räägib roogade kõrvale põnevaid lugusid ja legende väärika jäämurdja ajaloost.

Õhtusöök allveelaeva ja meremiinide vahel

Meremuuseumi lipulaev – Lennusadam – on Tallinna erilisim paik nii vastuvõttudeks, pidudeks kui ka galaõhtusöökideks. Kolm tasandit – veealune maailm, veepealne maailm ja maailm vee kohal – annavad piltlikult öeldes võimaluse jalutada vee peal ning õhtustada merepõhjas miinide ja allveelaeva vahel. Suurtele betoonkuplitele saab vastavalt meeleolule luua nii tähistaeva kui päikeseloojangu, nii virmalised kui vikerkaare ning unikaalne laekonstruktsioon loob tuhandeid võimalusi erinevateks valgus- ja heli-showdeks. Kõigele sellele lisaks pajatatakse põnevaid lugusid ja legende nii vee alt, vee pealt kui vee kohalt.

Laste jõulupeod

Jõuluperioodil saab Lennusadamas korraldada ka laste jõulupidusid kuni 200 osalejale. Selle aasta programm viib lapsed seiklema Antarktikasse. Programmi käigus külastavad lapsed koos polaaruurijaks kostümeeritud läbiviijaga näitust "Võidujooks maailma lõppu" ja tutvuvad kauge mandri eluoluga. Koos otsitakse märke sellest, kas päkapikud on Antarktikas piilumas käinud ning meisterdatakse pingviine. Nagu jõulupeol ikka – tuleb lõpuks lastele külla ka jõuluvana.

Lisainformatsioon:
booking@lennusadam.ee
Tel 6200 550
www.lennusadam.ee
www.meremuuseum.ee

LENNUSADAM SEAPLANE HARBOUR

Eesti Meremuuseum Estonian Maritime Museum

VIDEOPILT SÜNDMUSELT

Lihtsam ülekanne tee ise, keerulisem telli profilt. Otsepilt sündmusest huvilisteni

MARILIIS PINN
kaasautor

Videoülekannete tegemine internetis on muutunud nii lihtsaks, et sellega saab ka üks inimene hakkama, siiski parem tehnika, oskused ja võimalused teevad profiülekande kvaliteetsemaks.

OÜ Ringmeedia projektijuhi Taaniel Ormuse sõnul saab iga inimene ise lihtsama videoülekande tegemisega internetis hakkama, kvaliteetsema pildi edastamiseks tasub aga palgata professionaal. Samuti on muutunud otseülekande toomine soodsamaks, toonitas VideoTurundus OÜ turundusjuht Reigo Kimmel.

"Interneti otseülekanded võimaldavad sündmustele saada suuremat tähelepanu, kui vaid kohapealsetelt osalejatelt. Lisaks jääb ülekanne järelvaadatavaks ehk osalejad saavad üritust ka tagantjärele meenutada," lisas Kimmel.

Formaadist sõltub kaamerate hulk. "Eelkõige peaks tellija mõtlema läbi selle, miks ja kellele see ülekanne on mõeldud. Mis on selle sündmuse sõnum ning kas üritusel on piisavat sisu, et teha koostööd näiteks mõne meediaväljaandega," soovitas Babahh Media tegevjuht Anne Luhaääre. Või on tegemist hoopis näiteks ettevõtte erinevates riikides, linnades, kontorites toimuva sündmusega, kus kõigil on võimalik jälgida kolleegide pidu erinevates asukohtades, lisas Luhaäär.

Teenuse tellimisel tuleb Kimmeli sõnul mõelda ka ürituse olemusele – kui ühes ruumis toimuvat sündmust saab lihtsalt kajastada ühe, kuid soovitavalt kahe või kolme kaameraga, siis spordivõistluste puhul on üldjuhul vajalik vähemalt kolm kaamerat ning režiipuldi olemasolu ehk üleslaetav videopilt valitakse parasjagu sobivast kaamerast. "Ühe kaamera videopilt on küll igav, kuid ajab asja ära, kui eelarve väike ja kindel soov üritusest videopilti toota," lisas ta.

Lihtne reegel aga on, et mida rohkem kaameraid, seda huvitavam pilt. Lisaks saab juba kahe-kolme kaamera puhul videopildile lisada graafikat, vaheslaide, eelnevalt või kohapeal toodetud klippe nagu reklaamid või õhuvõtted. Rohkem kaameraid tähendab samas ka rohkem tööjõudu ning suuremat eelarvet.

Kui konverentse ning kõnesid saab filmida ühe-kahe kaameraga, siis spordisündmuste, kontsertide, showde puhul läheb tehniline ülesehitus spetsiifilisemaks. "Enam ei tehta vahet, kas tegemist on tele- või internetiülekandega, vaataja jaoks peab ülekanne olema kvaliteetne. Seega ühe kaameraga me üldiselt ülekandeid siiski ei soovita," selgitas Luhaäär.

Kvaliteedi määrab sisu, pilt, valgus ja heli. Suuremate sündmuste puhul tasub teenusepakkuja poole pöördu kaks kuud enne selle toimumist. "Meil on kliente, kes planeerivad sündmust aasta aega ette ning samas oleme teinud ülekannet ka päevase või isegi mõne tunnise etteteatamisega," ütles Luhaäär. Ormus nentis samuti, et mida varem on teada, et videoülekannet on vaja, seda parem, kuid saab hakkama ka päevase etteteatamisega, kui meeskond on vaba.

Kõige olulisem on asukoht. "Meie tehnikud testivad internetiühendust, et otsustada, kuidas ülekanne interneti avarustesse saadetakse. Vajadusel tellime asukohta ka eraldi internetiühenduse. Tellija ülesandeks on läbi mõelda, kas luua selleks spetsiaalne maandumisleht, viia see ülekanne ka meediaväljaandesse või dubleerida neid," rääkis Luhaäär.

> **Meie tehnikud testivad internetiühendust, et otsustada, kuidas ülekanne interneti avarustesse saadetakse. Vajadusel tellime asukohta ka eraldi internetiühenduse.**
>
> **Anne Luhaäär, Babahh Media tegevjuht**

Ülekanne võib olla geopiiranguga, see tähendab, et seda väljaspool Eestit ei näe, samuti võib see olla vajadusel kaitstud paroolidega või maksuselahendusega – ehk ülekandele saab määrata piletihinna, mida saab osta pangalingi kaudu või Paypali konto vahendusel.

Kvaliteetse ülekande märksõnad on sisu, pilt, valgus ja heli. "Ülekande sisu eest vastutab tellija, pildi eest vastutab produktsioonifirma, kes komplekteerib vastavalt vajadusele ülekande meeskonna, vajamineva tehnika, videole graafika, sujuva ülekande maandumislehele ja/või kohapealsetele ekraanidele ning määrab tingimused, kes saab ülekannet jälgida. Valguse ja heli eest vastutus oleneb sündmusest endast, see on tellija ja produktsioonifirma kokkuleppe tulem, kas kasutatakse teenusepakkuja tehnikat või tellitakse valgus ja heli eraldi koostööpartneritelt," rääkis Luhaäär.

Hinnad algavad alates 300 eurost. Kimmeli sõnul algavad lihtsa, ühe kaameraga toodetud YouTube´i ülekannete hinnad 500st eurost. Olenevalt ürituse pikkusest ja olemusest võib profilahenduste maksumustel olla üks null lõpus või mõni number ees.

Eelarve sõltub siis vastavast tehnilisest ülesehitusest, näiteks, kas mõni kaamera on kraanaga, väliürituste ja saalide puhul on visuaalselt efektne alati kasutada droone ehk pilti õhust, spordiüritustel puhul aga GoPro tüüpi kaameraid ja muid efektkaameraid.

"Eelarvet koostades võiks arvestada alates 300 eurost päev, lõpphinda on raske määratleda, kuna tegemist on väga tehnilise valdkonnaga," võttis Luhaäär teema kokku.

↑ **SEB TALLINNA MARATONI rajakaamera otseülekannet jälgis YouTube´i ja DELFI vahendusel üle 22 000 vaataja ehk rohkem kui üritusel oli osalejaid. Otseülekande pilt sai üles laetud mootorratta tagaistmel filminud operaatori kaamerast, mida täiendasid otsepildid statsionaarsetest finišikaameratest.** FOTO: OÜ RINGMEEDIA

Ä **Soovitus**

Korralda ise otseülekanne YouTube´s!

YouTube on teinud ülekannete tootmise kõigile huvilistele lihtsaks. Otseülekanne tasub teha ettevõtte YouTube´i kanalis. Viimase puudumisel tuleks see luua ja kinnitada, sest vaid kinnitatud kontodel on ülekanne teostatav.

Otseülekannet ei ole mõtet toota, kui sellel ei ole vaatajaid. Peale ülekande algust on hilja alustada selle reklaamimist. YouTube´i ülekande akna lingi saab juba varem lisada näiteks oma veebilehele või pressiteatesse. Lisaks on YouTube´i link väga lihtsalt sotsiaalmeedias jagatav.

Ülekannet on võimalik toota soovi korral ka privaatselt ehk seda jagada vaid oma töötajate, partnerite, klientidega. Sellisel juhul tuleks ülekande aken lisada ettevõtte lehele, mida avalikult ei leia.

Ä **Vajalik tehnika**

Live-video nutiseadmete abiga

Ülekande tegemiseks läheb vaja arvutit, internetiühendust ja *web-cam* võimalusega digitaalset videokaamerat, soovitavalt ka eraldi mikrofoni. Loomulikult saab kasutada ka sülearvutisse sisseehitatud veebikaamerat, aga üürituste jaoks jääb selle kvaliteedist ilmselgelt puudu.

Vali sobiv teenus, näiteks Ustream, YouTube.

iPhone´i omanikud saavad otseülekannet teha ka otse oma mobiilist. Selleks läheb vaja vastavat rakendust – näiteks Qik või Ustream ja peale kiiret seadistamist ollaksegi otseülekandeks valmis.

Ä **Tasub teada**

Internetiülekanne ei ole teleülekanne

Otseülekande tootmisel tuleb esmalt planeerida selle näitamise koht ja vaatajaskond. YouTube või Vimeo pakuvad head võimalust otseülekannete tootmiseks, mille veebilingi saab lihtsalt lisada ettevõtte kodulehele või sotsiaalmeediakanalisse.

Videopildi huvitatavus sõltub nii filmitava sisust kui kaameranurkadest ja lisatavast graafikast. Kui vähegi võimalik, siis tasub mõelda 2–3 kaameraga ülekande tootmise peale.

Interneti otseülekanne ei ole teleülekanne – seda saab reaalajas kommenteerida, mis tähendab, et kommentaaridele tuleb koheselt vastata.

YouTube ülekande puhul tasub video kirjelduses võimalikele küsimustele juba varem vastata ja võimalusel huvipakkuva info kohta lingid lisada.

YouTube´i otseülekande tootmisel tasub olla tähelepanelik autoriõigusteta muusika kasutamise osas. Kui pika konverentsi pausil laseb DJ vahepalaks mõnda tuntud välismaa lugu, siis võib YouTube ülekande katkestada.

Vimeo ja YouTube ja on sotsiaalmeedia kanalid – ettevõte, kellel on palju enda kanali jälgijaid, garanteerib suuremad vaatajanumbrid.

ALLIKAS: REIGO KIMMEL, VIDEOTURUNDUS OÜ TURUNDUSJUHT

KOMMENTAAR

Kooskõlasta detailid

RAGNE TALV
Eesti Koolitus- ja Konverentsikeskuse tegevjuht

Eestis on mitmeid professionaalseid videoülekannete pakkujaid. Usaldame koostööpartnereid, tänu neile on toimunud meie konverentside videoülekanded tõrgeteta.

Sündmusest videoülekannet planeerides soovitan kasutada vähemalt 2–3 kaamerat. Eelnevalt tuleb kooskõlastada teenusepakkujaga videoülekande eesmärk ning detailid, näiteks, mida kindlasti soovitakse ülekandes kajastada ning milliseid kaadreid vältida. Ette tuleb valmistada ka materjal, mida näidata pauside ajal. Videoülekandele lisab kvaliteeti hea valgustus. Enne ülekannet tuleb kooskõlasta ka see, kas videot soovitakse edaspidi kasutada ja mis otstarbel või on vajadus vaid otseülekandeks.

Hind sõltub videoülekande kvaliteedist ehk mitme kaameraga tööd tehakse. Lisaks, kas tegemist on vaid otseülekandega või tuleb kaadrid muuks otstarbeks kokku konstrueerida. Videoülekande hind jääb 600 - 2000 euro vahele.

> **Hind sõltub videoülekande kvaliteedist ehk mitme kaameraga tööd tehakse.**

← **OTSEÜLEKANDE tegemiseks internetis on vajalik ühe, soovitavalt aga kahe-kolme kaamera olemasolu, hea internetiühendus, keskkond, kus ülekannet näidata ja meeskond, kes kaamerate taga soovitud ülekande vaatajateni viib.** FOTO: OÜ RINGMEEDIA

TEHNIKA

Peo hõlbustajad. Tehnikaimede kirju maailm

SIGNE SILLASOO
toimetaja

Tehnikaareng hõlbustab ürituse korraldajate elu – miniatuurne mikrofon video tegemiseks, päikesepatareidel energiakeskus seadmete laadimiseks või nutitelefonile sobilikud objektiivid muudavad sündmuse korraldamise stressivaesemaks, kiiremaks ja mugavamaks.

Firmapeo erileht toob välja valiku tooteid, mis firma-ürituse korraldamisel tööle panne.

Coolest kaasaskantav külmik

Coolest kaasaskantav külmik on moodne ja kaasaegne abivahend üritustel, mis toimuvad värskes õhus. Sellega käib kaasas sisseehitatud blender, et endale välitingimustes maitsvaid jooke teha, USB-laadija, kõlarid muusika kuulamiseks ning LED-valgustus, et ka pimedas külmikust endale sobilikke jooke, snäkke otsida. Lisaks on külmikuga kaasas sööginõud – taldrikud, noad-kahvlid, pudeliavaja ja võimalus kasutada pinda lõikelauana. Külmik on saadaval erinevates värvitoonides – oranž, roheline, sinine.
Hind: *ca* 435 eurot
http://coolest.com

Mighty Mic – võimas mikrofon nutiseadmele

Tegu on nutiseadme külge kinnitatava mikrofoniga, mis võimaldab nutitelefoni või tahvelarvutiga videot salvestades saada kvaliteetne, professionaalse heli. Mikrofoniga on kaasas kate tuuliste ilmadega kasutamiseks.
Hind: *ca* 65 eurot
http://photojojo.com

Muusika peole Ableton Push´i abiga

Tegu on moodsa muusikamängimiseadmega, mille 64 nuppu annavad kasutajale võimaluse panna koos kõlavama väga erinevad helid ja rütmid. Seade töötab koos Ableton Live 9 tarkvaraga, mille saab lihtsalt seadistada oma arvutisse. Programmi abil on võimalik luua elektroonilist muusikat kasutades selleks erinevate pillide heli ja eriefekte. Saadaval on kolm erineva sisuga programmi – *intro, standard* ja *suite*. Neist esimene pakub kasutajale 700 erinevat heli, viimane enam kui 3000 erinevat heli.
Hind: 499-998 eurot sõltuvalt programmist
www.ableton.com

KaliPAK - kaasaskantav energiakeskus

KaliPAK on kerge ja kaasaskantav elektrigeneraator, mis töötab päikesepatareidel. Seda sobib kasutada väliüritustel, matkadel, ekstreemsetes tingimustes. Seadmega on võimalik laadida USB-otsikute kaudu korraga telefone ja nutiseadmeid, lisaks on olemas mitu laadimispesa 12V otsikuga muude elektriseadmete laadimiseks. KaliPAKi on võimalik saada kolme erineva võimsusega, mille abil on võimalik seadmeid laadida sõltuvalt mudelist 7–9 tundi. Kergetes oludes tegutsemiseks on mudel 201 (seadmel kaks päiksepaneeli, kaks USB-pesa ja kaks 12V pesa), nõudlikumale kliendile mudel 401 ning rasketes oludes tegutsemiseks mudel 601 (viimasel on neli päikesepaneeli, neli USB-pesa, kaks 12V pesa). Seadmega käib kaasas vihmakindel kate. Lisaks on võimalik *bluetooth´*i ja nutiseadmesse tasuta allalaetava rakenduse kaudu jälgida seadme enda energiataset.
Hind: *ca* 445-890 sõltuvalt mudelist
http://kalisaya.com

Brew Bracket õlledegusteerimise kollektsioon

Komplekt sisaldab 16 erivärvilist klaasi, kahte kannu, hääletuskaarte, pliiatseid ja juhist õlledegusteerimise läbiviimiseks. Ajal, mil Eesti väikeõlletootjad toovad müügile uusi õllesorte, sobib antud komplekt suurepäraselt, et välja selgitada pimemaitsmise käigus oma lemmikud. Võimalik on pingeritta panna soovi korral korraga 8 õlut.
Hind: *ca* 13-32 eurot
https://brewbracket.com

NODE+clima – ilmajaam taskus

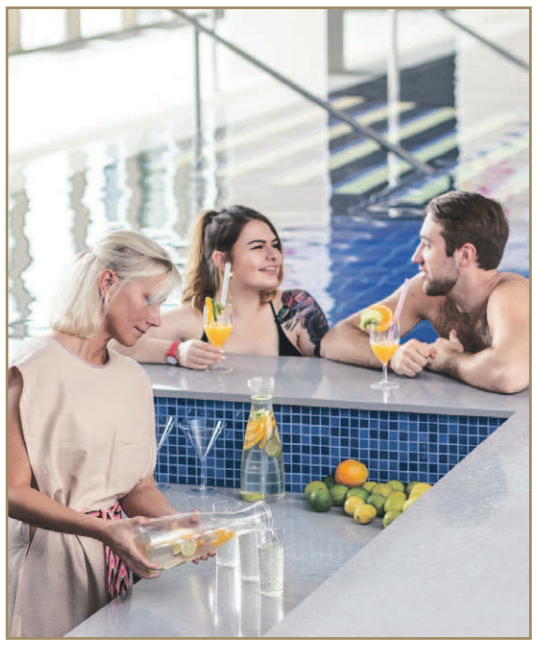
NODE+clima on sensor, mis mõõdab vajalikke andmeid õhust – õhurõhku, temperatuuri, valguse hulka ja niiskust. Väliürituste korraldajatele on taskuilmajaam igati abiks, et kiirelt reageerida ja ürituse kulgu vastavalt ilmale sobilikult suunata. Sensori abil mõõdetud tulemused kuvatakse nutirakenduses N+Clima, mis töötab nii Androidi kui iOS operatsioonisüsteemiga seadmetel.
Hind: *ca* 180 eurot
http://variableinc.com

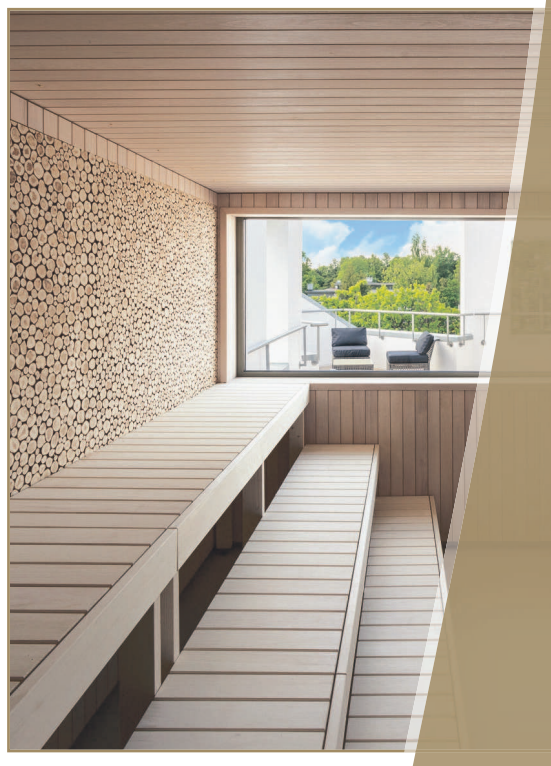
IZZI Orbit objektiivid nutikaamerale

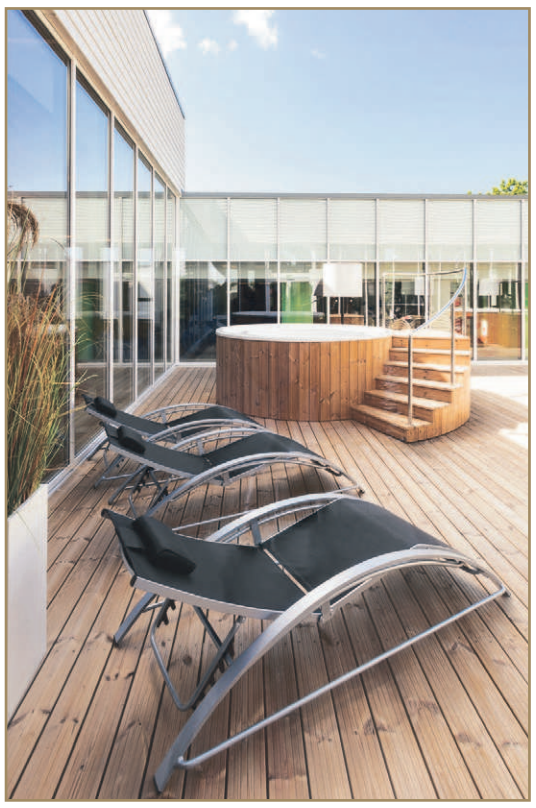
Nutitelefoni iPhone kaamerale sobilikud objektiivid muudavad kasutaja elu hulga võimalusterohkemaks – olemas on kalasilm-objektiiv, lainurk-objektiiv ja makroobjektiiv, millega mugavalt fotosid teha. Objektiividega telefonikorpus on saadaval erinevates värvitoonides – must, hõbedane, sinine, punane, lilla.
Hind: *ca* 110 eurot
www.izzigadgets.com

ESTONIA RESORT HOTEL & SPA PAKUB PEOKS JA KONVERENTSIKS ENAMAT KUI LIHTSALT RUUME

Põhjaliku uuenduskuuri läbi teinud Pärnu ESTONIA Resort Hotel & Spa murrab rutiini ning toob konverentsi- ja seminariturule värskeid tuuli, ühendades nelja tärni hotellimugavused ning kodumaised spaa- ja saunamõnud innovaatiliselt korraldatud üritustega.







"Soovime pakkuda inimestele meie juures rutiinivaba olemist – et ei räägitaks ainult tööst, vaid meie külalised saaksid näha kauni Pärnu parimaid külgi ning tunneksid, et siin hoolitsetakse nii nende keha kui ka vaimu eest. Meie eesmärk ongi ühendada vaimne ja füüsiline tervis," ütleb Estonia Spa Hotels AS-i konverentside ja sündmuste müügijuht Imbi Lepik-Martinson.

ESTONIA Resort Hotel & Spa konverentsikeskuse suurim saal mahutab kuni 300 inimest. Esimesel korrusel asuva saali laiad uksed avanevad nii keskusesse kui ka siseõue, mis võimaldab ruumis korraldada lisaks suurematele pidudele ja seminaridele ka vastuvõtte, miks mitte auto- ja mootorrattaesitlusi ning ka messe. 259 m^2 suuruse saali juurde kuuluvad ka neli sünkroontõlkeruumi.

Neli väiksemat teatristiilis koosolekuruumi mahutavad 28-42 osalejat. Kõik ruumid on varustatud konditsioneeri ja tänapäevaste tehnoloogiliste lahendustega ning neis on avarad aknad ning loomulik päevavalgus. Lisaks on keskuses täisvarustuses köögiga klubiruum, kus on ideaalne viia läbi toidukoolitusi, ühiskokkamisi ning demotoiduvalmistamist. Kokkuleppel saab juhendajaks kutsuda ka hotelli restorani NOOT peakoka Rudolf Visnapuu.

Pisemaid koosolekuid ning pidusid saab edukalt korraldada hotelli privaatsaunas Kadaka klubi, mis mahutab lahedalt 12 inimest. Privaatse rõduga ruumist pääseb otse spaaossa: basseinidesse ning saunakeskuse saunadesse, kuhu kuuluvad näiteks vihaga vihtlemise, soola-, auru- ning suitsusaunad. Korraldada saab ka põnevaid basseinipidusid ning olemas on ka võimalused paigutada lava keset basseini. Uus põnev rutiinist väljamurdmise tegevus on allveefotosessioon spaas koos tunnustatud allveefotograaf Egert Kamenikuga. See teenus on mõeldud ka seminariklientidele.

„Kindlasti ei ole need ainult ruumid, mida oma külalistele pakume. Lisaks saavad nii peole kui ka seminarile-koosolekule tulijad osa meie aktiivspaa teenustest. Näiteks on väga hinnatud Pilatesega paus keset pikemat konverentsi, kus meie treenerid õpetavad pingelise töö vahepeal lõdvestuma," kirjeldab Lepik-Martinson. „Samuti pakume seminarikliendile ka rühmatreeninguid ning laia valikut spaahoolitsusi ja iidset Eesti massaaži, mis on välja töötatud koostöös Eesti Pärimusmeditsiini Ühinguga. Oleme oma külastajatele loonud võimalused tegeleda teadlikult tervise, keha ja meele tasakaalustamisega."

Äripäeva teemaveeb Best Marketing korraldas augustikuus ESTONIA Resort Hotel & Spa konverentsikeskuses rahvusvahelise loovusfestivali Balticbest 2015. „Jäin augustis väga rahule. Väga mugav on teha kogu sündmus – konverents, auhinnagala, lõuna- ja õhtusöögid ning osalejate ööbimine ühes kohas. Väga suurepärane koht on selleks uus, ilus ja mugav ESTONIA Resort Hotel & Spa," sõnab Best Marketing Eesti juht Silja Oja.

INSPIRATSIOON EESTI LOODUSEST JA TAVADEST

Hotelli sisekujunduse lõid arhitektibüroo KOKO arhitektid, kellega koos sai läbi mängitud kõikide ruumide planeeringud, et tulemus oleks klientide jaoks läbimõeldud ja mugav. ESTONIA Resort Hotel & Spa sisekujundus ammutab inspiratsiooni Eesti loodusest, rahvuslikest traditsioonidest, käsitööst ja kultuurist. Samuti on a la carte restorani NOOT menüü inspireeritud modernsest Eesti köögist ning peakoka Rudolf Visnapuu, kokkade kõrgeima auraha Cordon Bleu kandja, menüüvalikusse kuuluvad kohalikud toorained ja hooajalised mereannid. Restoranis on istekohti kuni 250 külastajale, suviti on avatud ka 60kohaline terrass.

Lepik-Martinsoni sõnul tasub ESTONIA Resort Hotel & Spa`sse tulla kindlasti pikamaks ajaks kui pelgalt mõnetunnisele üritusele. „Meil on nii palju pakkuda nii hotelli- ja konverentsikülastajatele kui ka linnarahvale – laupäeviti korraldame restoranis näiteks muusikaga õhtusööke, pimedate õhtute sisustamiseks öiseid spordipidusid, peagi alustame aktiivspaa loengutesarjaga, plaanis on pühapäevaseid brunche pidama hakata. Oleme ideaalne koht lõõgastumiseks ja peoks ning tõsisemaks kohtumiseks nii pisematele kollektiividele kui ka suurematele, 100-200 inimesega seltskondadele."

Uues kuurorthotellis on 106 kõigi mugavustega hotellituba ning 210 voodikohta. Kõik toad on mittesuitsetajatele ja sobivad allergikutele. Kaks deluxe-tuba on invatoad, pakkudes mugavaid tingimusi ratastoolis kliendile. Majutuse hind sisaldab alati buffethommikusööki hotelli restoranis NOOT ja piiramatu ajaga spaa- ja saunakeskuse külastust. Hotellis on sobivaid tube ka lemmikloomadega külalistele.

Lähtudes mitmekümneaastasest kogemusest hotellide ja ravispaade pidamisel, on ESTONIA Resort Hotel & Spa valinud hotelli võimalikult mugavad vooditooted, mis kõik on valmistatud Eestis. Esimese hotellina võeti kasutusele SleepAngel™ padjad – maailma kõige puhtamad padjad, mis blokeerivad pisikuid, baktereid, allergeene ja viirusi.

ESTONIA Resort Hotel & Spa asub Pärnu rannarajoonis, 5-minutilise jalutuskäigu kaugusel rannast ja 15 minuti kaugusel Pärnu kesklinnast. Parkimine hotelli vahetult ümbritsevatel tänavatel on aastaringselt tasuta, vaid suvekuudel kehtib valitud tänavatel tasuline parkimine.

Olete oodatud kohtumistele ja üritustele vee all ning vee peal – inspireerivas ja innovaatilises keskkonnas!

Lisainfo leiab kodulehelt
www.spaestonia.ee.

Resort Hotel & Spa
ESTONIA

ESTONIA Resort Hotel & Spa
A.H. Tammsaare pst 4a/6, Pärnu
www.spaestonia.ee

Sündmusekorraldaja 8 abimeest.

Kõiketeadjad taskus

NUTIRAKENDUSED aitavad ürituse korraldajat majutuse leidmise, lennupiletite otsimise, projekti ajakava ja eelarve jälgimisega. FOTO: TOOTJAD

KAROLIINA VASLI
kaasautor (Õhtuleht)

Professionaalidest koosnev meeskond on sündmuse korraldamisel asendamatu. Tööde hõlbustamisel on kindlasti abi aga ka erinevatest nutirakendustest, mis aitavad meeskonnal jooksvalt eelarvega ühte sammu astuda või hõlpsalt majutust organiseerida.

Firmapeo erileht toob välja valiku nutirakendusi, mis muudavad sündmuse korraldaja elu kergemaks, pakkudes kiireid vastuseid tekkida võivatele küsimustele – kuhu keegi majutada, kuidas eelarvel silma peal hoida, transporti korraldada, sündmusel tehtud pilte jagada.

1. Booking.com
Booking.com nutirakendusest leiab infot hotellide ja hostelite kohta mõne kliki abil. Spetsiifilisema otsingu abil on võimalik täpsustada sobivat hinnavahemikku, vaadata viimase hetke pakkumisi ja lugeda klientide kommentaare.
Hind: tasuta
Operatsioonisüsteem: iOS, Android
www.booking.com

2. Evernote
Rakendus võimaldab hoida kõiki oma faile ühes kohas ning neid mugavalt organiseerida ja kättesaadavaks muuta. Jooksvalt on võimalik lisada failide juurde ka erinevaid märkmeid ning viiteid veebiartiklitele. Põhimõtteliselt on tegu mobiilse töökeskkonnaga, kuhu saab lisada ka teisi kasutajaid ehk kolleege, et ühiselt projekti ellu viia ja pidevalt info, muudatuste ja tööde kulgemisega kursis olla. Maailmas kasutab antud rakendust juba üle 100 miljoni inimese.
Hind: tasuta, kuid rakendusesiseste lisateenuste eest tuleb juurde maksta
Operatsioonisüsteem: iPhone, Android
https://evernote.com

3. CapsuleCam
Pildiprogramm võimaldab kõigil üritusel osalejatel laadida pildid otse ühte kausta, kust siis on võimalik need hiljem edasi suunata näiteks sotsiaalmeediasse firma leheküljele. Nutirakendus on ennekõike suunatud pulmade mälu jäädvustamiseks, ent sobib kenasti ka tooteesitluste, firmapidude, ühiste väljasõitude, reiside, kogunemiste ja muude fotode jagamiseks. Eri külaliste siirad emotsioonid annavad firma kuvandile palju juurde.
Hind: tasuta, kuid rakendusesiseste lisateenuste eest tuleb juurde maksta
Operatsioonisüsteem: iOS, Android
http://trycapsule.com

> **Nutirakendused muudavad sündmuse korraldaja elu kergemaks, pakkudes kiireid vastuseid tekkida võivatele küsimustele - kuhu keegi majutada või kuidas eelarvel silma peal hoida.**

4. Sunrise Calendar
Kalender-rakendus aitab kõik oma kohtumised ladusalt paika panna ja saada enne kohtumisi ka vastavad meeldetuletused. Rakendus on võimalik sättida paika ka üks nii-öelda suurem sündmus ehk antud juhul firmaüritus ja ülejäänud kohtumised sellega siduda. Ühtlasi saab kalendri siduda Facebookiga, ka sealsed sündmused kajastuvad soovi korral kalendris.
Hind: tasuta
Operatsioonisüsteem: iOS, Android
www.sunrise.am

5. Skyscanner
Nutirakendus võimaldab otsida soodsaid lennupileteid. Otsingumootoris on üle 1000 lennufirma ja 1 000 000 lennuliini üle maailma. Rakendus võimaldab võrrelda erinevate lennufirmade lendude hindu ja lennugraafikuid, säästes parimaid pakkumisi otsides seeläbi ka raha.
Hind: tasuta
Operatsioonisüsteem: iOS, Android
www.skyscanner.net

6. Eesti ühistransport
Kui jõulupeod, koolitused või esitlused toimuvad töökohast kaugemal, on mujale Eesti piirkondadesse ühistranspordiga minejatele info välja otsimisel abiks rakendus Eesti ühistransport. See võimaldab näha peatustest väljuvate busside, trammide, trollide, rongide, praamide aegu ning koostada marsruute Eesti piires.
Hind: tasuta
Operatsioonisüsteemid: iOS, Android

7. Trello
Kes poleks kokku puutunud olukorraga, kus lükatakse tänased kohustused homse varna – lõpuks on neid homseid kohustusi nii palju, et ei jõua isegi ülehomseks valmis. Trello-rakendus aitab selliseid olukordi vältida. Seal on täpselt näha, kui kaugel ürituse organiseerimise eri faasidega ollakse. Näiteks: *catering* ja transport tellitud – korras! Esinejate organiseerimine alles pooleli – meeldetuletus, tee ära!
Hind: tasuta
Operatsioonisüsteemid: iOS, Android
https://trello.com

8. Event Budget Producer Lite
Rakendus võimaldab jooksvalt ürituse eelarvet hallata. Kulud saab liigitada eri kategooriatesse: majutus; reklaam; programm, dekoratsioonid jms. Nii on võimalik vältida organiseerimise lõppfaasis avastust, et eelarve on lõhki.
Hind: tasuta
Operatsioonisüsteemid: iOS
www.productify.net

PIDU MEREL!

Meie valikusse kuulub peopakett, mis sobib hästi jõuluaega, firmapidudeks, vastuvõttudeks, sünnipäevadeks või niisama sugulaste või sõpruskonna ühiseks koosviibimiseks.

Hind al 49€ reisija

Lisainfo ja broneerimine
tel 666 3944

VIKING LINE

TULE KONTORIST VÄLJA – KORRALDA KOOSOLEK MEREL!

Koosoleku pidamine laeval on vaheldusrikas, meeldejääv ning elamusterohke.

Hind al 30€ reisija

SUVEPÄEVADEL on korraldanud Eesti Energia töötajad enda vanade raamatute müüki ja vahetust. Saadud tulu on läinud heategevuseks. FOTO: EESTI ENERGIA

SÄÄSTLIK MÕTTEVIIS

Kuidas korraldada keskkonnasõbralik sündmus? Taaskasuta rohkemaid asju

Juba mõni aeg tagasi tegime otsuse, et piirame koolitusmaterjalide väljaprintide arvu. Paljud sisekoolitused toimuvad elektroonselt.

Katrin Bats, Rimi pressiesindaja

KAROLIINA VASLI
kaasautor (Õhtuleht)

Firmasündmusel on võimalik lõbutsemise või info jagamise kõrvalt ka keskkonna peale mõelda, näiteks Eesti Energia panustab prügi sorteerimisele ning kui toitu peaks üle jääma, antakse see abivajajatele.

Osadel firmasündmustel kasutatakse kulusäästlikkuse sildi all odavaid papptaldrikuid ja -topse ning tellitakse liigsuurtes kogustest toitu. Väga jätkusuutlik see paraku pole.

Toitu ära ei visata. Eesti Energia meediasuhete juht Kaarel Kuuse sõnutsi üritavad nemad oma üritustel rõhutada huvitava sisu pakkumise kõrval ka keskkonnasäästlikkusele. Näiteks ei kasutata ühekordseid nõusid ja prügi sorteerimiseks on eraldi prügikastid.

„Toitlustuspakkumistes eelistame eestimaist toorainet ja alati täpsustame sündmusel osalejate arvu viimasel minutil, et toit raisku ei läheks," märkis ta, ja täpsustas, et ülekontsernilistel üritusel (nt suvepäevad, uusaastapeod) küsitakse külalistelt ka osalustasu muu hulgas selleks, et vältida toidu raiskamist. Kui aga midagi ikkagi üle jääb, viiakse see abivajajatele, näiteks vaesuse all kannatavatele peredele.

Enamasti üritatakse peokutsed firmas edastada külalistele elektrooniliselt, kuid teatud materjal on sündmustel ikkagi paberkandjatel. Kui ürituse – kas või konverentsi – raames jääb üle valgeid lehti, antakse need hiljem lasteaedadele kasutamiseks.

Tule pea jõulupidu
Saku Pruulikojas

Jõulud on erilised ja meie jõulutoidud on sama erilised. Pruulikoja tublid kokad pakuvad jõulumenüüs hõrke ja puhtaid maitseid.

Palume Teile ainulaadset ja meeldejäävat meelelahutust - ekskursioon Eesti vanimasse õlletehasesse, Saku Õlletehasesse.

Lisainfo: www. pruulikoda.ee
saku@pruulikoda.ee
tel. 53 026 858

Kuusk märkis, et alati on võimalik optimeerida ka sõidukulusid. Vajadusel tellitakse osalejatele ühine buss, mis on kindlasti keskkonnahoidlikum kui see, et igaüks tuleb oma autoga.

Peo järel ühiskoristus. Kaubamaja teenindus- ja personalidirektor Piret Suitsu sõnul püüavad nemadki võimalikult vähe kasutada ühekordseid nõusid. Ka ei toodeta info edastamiseks eraldi voldikuid ja kutseid, vaid kasutatakse elektroonseid võimalusi, sama kehtib ka üritusele registreerimise puhul.

„Peame oluliseks personali siseselt töötubade korraldamist ning töötajate harimist. Propageerime isetegemist ning õpetame uusi oskusi ja loovust," ütles ta. „Nii kulude kokkuhoiu kui ka keskkonnasäästmise mõttes proovime ürituste korraldamisel võimalikult palju ise ära teha, alates organiseerimisest ja lõpetades peojärgse koristusega," toonitas Suitsu.

Teadlikkuse tõstmine oluline. Rimi pressiesindaja Katrin Bats nentis, et nad korraldavad ise suuremaid üritusi harva ning selgi puhul ostetakse ürituse-korraldaja reeglina sisse. Küll aga pööratakse oma koolitustel keskkonnasäästlikkusele tähelepanu. "Juba mõni aeg tagasi tegime otsuse, et piirame koolitusmaterjalide väljaprintide arvu. Paljud sisekoolitused toimuvad elektroonselt," lausus ta. „Rimi korraldatud konverentsidel oleme samuti püüdnud printmaterjalide vajalikkuse viia miinimumini."

Kuusk tõi töötajate teadlikkuse tõstmise näitena välja, et suvepäevadel on nad Eesti Energias korraldanud näiteks kasutatud raamatute müüki ja vahetust. „Inimesed tõid oma kodust raamatuid ja müüsid neid sümboolse hinna eest. Kogutud raha läks Ida-Virumaa peretugevdusprogrammile." Üle jäänud raamatud viidi raamatukogudele või lasteaedadele. Lisaks kasutati jõuludel Eesti Energia peol ka taaskasutatavat papist kuuske.

Kasu firma kuvandile. Erilahenduste loomine erinevate sündmuste jaoks on Kuuse sõnul reeglina pikema perspektiiviga ehk valminud asju saab kasutada rohkem kui ühel üritusel. Näiteks 2014. aasta suvel toodeti spetsiaalselt Arvamusfestivali jaoks Energiapunkt (mobiiltelefonide laadimise seade), nüüd aga kasutatakse seda sama tünni meenutavat punkti pea igal firma üritusel.

Rimi kogemus näitab, et keskkonnateadlikkus mõjub hästi müügile. Praegugi käib neil kampaania „Värskuse garantii", kus lubatakse, et valitud toidukaup on alati parima kvaliteediga. „Rimi on üldiselt keskkonnateadlikkuse poolest tuntud. Saame sellesuunalisi koostöösoove erinevatelt institutsioonidelt regulaarselt. Samuti näitavad uuringud, et Rimi keskkonnateemalisi kampaaniaid märkavad üha enam ka kliendid," tõi Bats välja kasuteguri.

2014. aasta Arvamusfestivaliks valmistas Eesti Energia energiatünni, kus nutiseadmeid saab laadida. Peale antud üritust on tünn leidnud rakendust firmasisestel üritustel. FOTO: EESTI ENERGIA

> **Toitlustuspakkumistes eelistame eestimaist toorainet ja alati täpsustame sündmusel osalejate arvu viimasel minutil, et toit raisku ei läheks.**
>
> **Kaarel Kuusk, Eesti Energia meediasuhete juht**

Soovitus
10 nippi keskkonnasäästlikuks firmaürituseks

1. Järgige prügisorteerimisel tüüpreegleid. Kõiki jäätmeid ei tohiks visata ühte prügikasti, vaid panna nähtavale ja kõrvuti näiteks bio-, plastiku-, taaraprügikotid/-kastid.

2. Kui tõesti kasutate sündmusel ühekordseid nõusid, võiksid kõik osalised kirjutada oma nõudele nime, siis ei lähe need omavahel segamini ning pole pisikukartuses vajadust uue topsi või taldriku järel. Plastnõud võiks asendada biolagunevate ehk papist või puidust nõudega. Alati võib paluda kaasa võtta oma nõud.

3. Pakkuge kohaliku kogukonna väikeettevõtjate poolt toodetud toitu. Nii toetate kohalikke ja vähendate toidu kohalevedamiseks kuluvat kütust. Tõenäoliselt on söök ka värskem.

4. Kui vähegi võimalik, vältige raiskuminevaid toiduülejääke. Osalejatele võiks panna hingele, et taldrikutele tõstetaks ja klaasi kallataks just nii palju, kui reaalselt ära tarbida jõutakse. Ülejääke võiks samuti kuidagi kasutada või kellelegi ära anda.

5. Pakkuge joogiks kraanivett. Enamik pudelivetest on sama või isegi halvema kvaliteediga.

6. Ürituspaiga kaunistamisel kasutatud dekoratsioone võiks alles hoida ja tulevikus uuesti kasutada. Dekoratsioonid tasuks teha looduslikest vahenditest.

7. Võimalikult paljud kasutatavad teabematerjalid võiks olla kättesaadavad interneti kaudu. Väljajagatavad paberkandjal materjalid võiks olla prinditud kahepoolselt.

8. Ärge kasutage hiina ehk taevalaternaid. Kaks minutit silmailu on pärast praht metsas või kellegi taluõuel. Lisaks on nad kuival ajal tuleohtlikud ja paljudes riikides juba keelatud.

9. Korraldage üritus paigas, kuhu pääseb kergesti ühistransporgiga või julgustage töötajaid autosid jagama ning üheskoos sõitma.

10. Kui jagate kohaletulnutele meeneid, siis olgu need midagi ökoloogilist (taimetee, taaskasutatud materjalidest märkmik või pastakas, lilleseemned, puuistik vms).

Allikas: Eliisa Saksing, Eesti Roheline Liikumise esindaja

FIRMAPIDU 9. oktoober 2015
toimetaja Signe Sillasoo, tel 667 0218, e-post signe.sillasoo@aripaev.ee

30 ülesannet meeldejääva ürituse korraldamiseks.

Tööde nimekiri

SIGNE SILLASOO
toimetaja

Sündmuse korraldamine koosneb suurest hulgast väikestest tegevustest – planeerimisest, kutsutute nimekirja koostamisest, partnerite leidmisest ja muust. Firmapeo erileht toob välja 30 ülesandest koosneva töödenimekirja, mis õnnestunud sündmuse läbiviimiseks on vajalik ära teha.

0. **Alusta** sündmuse planeerimist varakult, sõltuvalt sündmusest paar kuud kuni aasta varem, et vältida kiirustamist, stressi, viimasel minutil asjade lahendamist ning kallimaid lahendusi ja pakkumisi.

Eesmärgi paika panemine

1. **Mõtle läbi,** mis on sündmuse korraldamise eesmärk, mida soovid sellega saavutada – kas see on klientide leidmiseks, kliendisuhete hoidmiseks ja parandamiseks, raha teenimiseks, kollektiivi meeskonnavaimu suurendamiseks, neile lõbu ja lõõgastuse pakkumiseks vm?

2. **Mõtle läbi,** kes on sündmuse sihtgrupp? Kui palju külalisi sündmusele ootad? Kas sündmusele on oodatud üheealised ja ühtede huvidega inimesed või erinevas vanuses inimesed, kellele peaks pakkuma ka erinevaid tegevusi? Mis rahvusest külalised on?

3. **Vali eesmärgist** ja sihtrühmast lähtuvalt ürituse formaat – kliendipäev, vastuvõtt, lansseerimisüritus, firmapidu, seminar, konverents, ball vm.

4. **Pane paika** sündmuse õhustik ja teema. Ideid saab selleks näiteks ideekoosolekult, ajurünnakult, eelmiste sündmuste põhjaliku analüüsi kaudu, konkursi korras, teenust sisse ostes.

Sündmuse aja ja koha valimine

5. **Organisatsiooni** ürituse jaoks on sobivaim aeg teisipäevast neljapäevani, kuna nädala algus on töine ja nädala lõpus toimuvad tavaliselt eraelusündmused.

6. **Aja valimisel** veendu, et samal ajal ei toimuks teisi üritusi, mis võivad vähendada osavõtjate arvu.

7. **Leia sündmuse läbiviimiseks** sobiv koht, mis mahutaks kutsutavad külalised ja veendu, et see on soovitud ajal vaba. Mida originaalsem koht, seda põnevam. Muuseum, kunstigalerii või linnus võivad olla ainulaadsed, eriti juhul, kui ettevõtte tegevust ja ürituse teemat õnnestub kohaga siduda.

8. **Kui transport** sündmusele pole korraldatud, siis mõtle autoga tulijatele. Tee kindlaks, et sündmuspaiga juures oleks piisavalt parkimiskohti.

10. **Koosta tööde nimekiri** ja pane paika nende täitmise tähtajad. See aitab selgelt näha, mida on vaja teha ning hiljem jooksvalt jälgida, kus maal töödega ollakse.

11. **Pane paika meeskond.** Delegeeri ülesandeid. Ole seejuures konkreetne, et kõigil oleksid nende töörollid ja -ülesanded selged.

Planeerimine ja meeskonna loomine

9. **Kui ideed on paigas,** koosta enda jaoks või siis professionaalidelt hinnapakkumise tellimiseks ürituse lühikokkuvõte ehk briif – miks üritus korraldatakse; kelle korraldatakse (naistele, meestele, töötajatele, klientidele, noortele, vanadele vm); millal ja kus korraldatakse; mis on sisu ja sõnumid; kui palju külalisi kutsutakse; kui palju meeskonnaliikmeid osaleb; mis on sündmuse suhtluskeel; kas kohal on välismaalasi, kes vajaksid tõlget; kes on esinejad; milliseid tehnilisi lahendusi kasutatakse; mis on sündmuse eelarve.

Eelarve koostamine

12. **Koosta sündmuse eelarve.** Tavapärased kuluartiklid on sündmuste puhul:
ettevalmistus- ja organiseerimistöö;
kutsete valmistamine ja saatmine;
ruumide rent;
toitlustamine;
esineja(d) ja õhtujuht;
valgustuse ja helitehnika rent;
fotograafi teenus või videosalvestusteenus;
transport;
kingitused;
parkimisteenus;
muud kulud

13. **Kõige suuremad** kuluartiklid on tavaliselt ruumide rent ja toitlustamine. Ühe inimese peale võib keskmiselt firmasündmust korraldades arvestada kuluks 80–100 eurot.

14. **Eelarvet koostades** planeeri sisse ka n-ö ootamatute kulude reserv. See võiks olla ca 10% eelarvest.

15. **Analüüsi,** kas ürituse saavutatav ettevõtte tuntuse suurenemine, imago paranemine, klientide saamine on tehtavaid kulutusi väärt.

Kutsete vormistamine ja saatmine

16. **Koosta** kutsutavate nimekiri. Nimekirja koostamisel pea silmas, et külaliste arv on seotud suurima kulukirje – toitlustusega.

17. **Vormista** kutsete tekst – see peab olema viisakas ja korrektselt sõnastatud. Kui tekst valmis, siis tee kutsed ise või telli teenust pakkuvalt firmalt. Üritus algab külastaja jaoks kutsest, seega võimalusel proovi juba kutsega kutsutu tähelepanu ja huvi äratada. Kasuta põnevaid kujundusvõimalusi, tee huvitav e- või videokutse või lase näiteks muusikutest kullerite abil kutse kutsutuni toimetada.

18. **Varu kutsete tegemiseks** ja saatmiseks piisavalt aega. Reegel võiks olla, et külalised saavad kutsed kätte hiljemalt 10 päeva enne üritust. Välismaiste või linnast, piirkonnast väljasõitu nõudvate ürituste puhul isegi paar nädalat kuni paar kuud varem.

19. **Märgi kutsele** kutsutava nimi, sündmuse nimi, toimumiskoht, toimumisaeg, kutsuja, tulekust või loobumisest teatamise tähtaeg, transpordivahendiga ligipääs, riietusnõue.

Tasub teada
Sündmuse kava

20. **Koosta sündmuse kava.** Sündmuse kavas ehk stsenaariumis on paigas ürituse kulg minutilise täpsusega. Külaliste jaoks koostatud kava on üldisem, kajastades eelkõige toimuva aega ja järjekorda.

21. **Kava koostamisel** (kui just ei ole tegemist konverentsi, seminari või koolitusega) arvesta, et kõned ei tohiks väldata üle viie minuti ja kõnelejate arv võiks olla paar-kolm.

22. **Lisaks ametlikule osale** on tore pakkuda külalistele ka muusikalisi vahepalu või muid üllatusi, mis toob külalised tavapärasest rutiinist välja. Näiteks loosimised, välkintervjuud külalistega, üllatusesinejad vm. Igal juhul peaks üllatus olema midagi ainukordset, lisaväärtust loov.

23. **Soovitav on koostada** ka ürituse kava varuvariant (n-ö plaan B) juhuks, kui mõni esineja hilineb või jääb tulemata.

Teenusepakkujate valimine

24. **Mõtle läbi**, mis teenuseid kindlasti vaja on ja küsi pakkumisi. Sõlmi konkreetsed kokkulepped. Võimalikud teenusepakkujad on toitlustusfirma, ruumide rentija, kutsete valmistaja, õhtujuht, koristusfirma, muusik(ud), valgustus- ja helitehnika pakkuja, fotograaf jm.

25. **Anna valitud partneritele** põhjalikku infot sündmuse eesmärgi, sihtrühma ja kava kohta. Õhtujuhil on oluline teada, kui paljude ja mis taustaga inimeste ees ta esineb, milline on ajakava ja ruum. Muusikutel on oluline teada lisaks kohale ja kellaajale, milline on nende etteaste raskuskese: kas ollakse peaesineja või üks paljudest; kas inimesed istuvad lauas või naudivad muusikat püstijalu, kas on võimalik teha enne heliproovi. Tantsijate jaoks on tähtis ruumi suurus ja põranda materjal, fotograafidel info kuidas ja keda pildistada, kuidas toimub hiljem pildimaterjali edastamine tellijale.

26. **Heli- ja valgustehnika** teenust pakkuvale firmale anna infot koha, ruumi suuruse, kõrguse ja omapärade kohta (kas näiteks on tegu siledate seintega liigendatud ruumiga või on ka nurgatagusteid), kas ruumis on lava. Samuti milline on ürituse formaat, kui palju tuleb külalisi, kuidas nad ruumis paigutuvad (istuvad laudades, teatristiilis kõrvuti vm), kes on esinejad ja mida nad esitavad, milline on kava, kas vajalik on heliproov, kas esinejatel-artistidel on tehnilised nõuded aparatuurile.

27. **Oluline on** põhjaliku info edastamine ka *catering*-firmale – aeg, koht, külaliste arv, inventari, abiruumide ja kommunikatsioonide olemasolu (kas on olemas lauad, toolid, piisavalt elektrivoolu ja pistikuid, ruum asjade paigutamiseks), sündmuse teema ja stiil, sihtgrupp. Eelarve suurusjärk, eelistused söökidele, jookidele, lisaks lauakatete ja kelnerite arv on peamised, millest eelnevalt informeerida on vaja.

Tasub teada
Sündmuse läbiviimine ja tulemuste hindamine

28. **Ürituse sujuvaks läbiviimiseks** jaga detailne kava korraldava meeskonna kõigile liikmetele ja esinejatele.
Määra meeskonna liikmed, kes jälgivad sündmuse kulgu, võtavad esinejaid, külalisi vastu, juhivad neid sündmuse toimumise ruumi, on abiks tekkida võivatele küsimustele vastamisel, teavitavad olulisi osapooli võimalikest tekkida võivatest muudatustest ajakavas.

Sündmuse õnnestumine

29. **Projekti tulemuste hindamiseks** mõõda osalejate rahulolu, paludes neil täita näiteks väike küsimustik e-keskkonnas. Küsi tagasisidet ka tehniliselt meeskonnalt, sest nemad näevad, kuulevad, märkavad tihti nüansse, mis teistel märkamata võib jääda.

30. **Tulemuste hindamisel** tasub alati meeles pidada, et üritus organiseeritakse külalistele ja korraldajate rahulolu ei pruugi ühtida kutsutute omaga.

Loe lisaks

Põhjalikumalt loe sündmuste korraldamise ja läbiviimise kohta Äripäeva Projektijuhtimise käsiraamatust.
www.kasiraamat.ee

AG CAFE

Klassikalise lõunasöögi kohvikud ja ärilõunad

AG Catering

AG Cafe´d • Pärnu mnt 104, Magdaleena Cafe • Pärnu mnt 146, AG Cafe

Uued jõulumenüüd alates 9€ /1 inimene leiate

www.agc.ee või Facebookist
Tellides meilt jõulupeo *cateringi,*
ruumide rent südaööni
TASUTA
Võimalus tellida *catering* ka kontorisse või
Teie poolt valitud peokohta.

Info ja tellimine: grete@agc.ee
56882701 või 56691430

Seminaripakett al. 25€ inimene

KUBIJA®
HOTELL-LOODUSSPAA

OTSID INSPIRATSIOONI?
HÄID MÕTTEID?
TULE KUBIJALE!

www.kubija.ee | www.unekliinik.ee | www.haanjamehetalu.ee

Kubija hotell-loodusspaa | Männiku 43A, Võru | Tel + 372 50 45 745 | info@kubija.ee

LaitseRallyPark

Selle aasta talvesündmused saavad olema erilised, kui korraldate need LaitseRallyPargis!

Meeleolukad jõulupeod
(rallisõit koos traditsioonilise jõulusöömingu ja saunaga)

Lõbusad talvepäevad kuni 100 osalejale
(kombineeritud tegevused rikkaliku jõululauaga)

Elamusterohked talvekardi võistlused
(ainulaadne Eestis!)

Seminaripaketid kuni 70-le
(aastalõpu kokkuvõtete tegemiseks)

Kinkekaardid jõuluvana kingikotti *(hea kingiidee sõbrale ja kolleegile)*

Saunamajade rent aastalõpu sündmusteks
(kuni 15 osalejat mahutavad palkmajad)

ÄRA RALLITA TÄNAVAL – TULE TEE SEDA MEIL!

Kõigest 30 minutit autosõitu Tallinnast! Tel. 671 6067
Küsige pakkumist või valmispakette: info@laitserallypark.ee, ***www.laitserallypark.ee***

REKLAAMIKANAL

Kliendikonverents kui mõistlik turundusvõimalus.

Õigesti korraldatuna

ENDRIK RANDOJA
Konverentsikorraldusfirma Confent asutaja ja juht

Konverents on suurepärane meedium mõjutamaks oma püsikundede, aga ka võimalike, tulevaste ja juba lahkunud klientide hoiakuid ning informeerimaks neid firma arengust.

On väga häid kliendikonverentse ja ka selliseid, mis ei ole nii head. Selles ei ole midagi juhuslikku – konverentsikogemus sõltub sellest, kui läbimõeldud on sündmuse vajalikkus, sihtrühm, sisu ja kui professionaalselt ellu viidud tehniline korraldus.

Heas atmosfääris on väga soodne tutvustada ennast, luua uusi suhteid, viia pooleliolevaid jutuajamisi edasi, aga ka klaarida varasemaid vääritimõistmisi. Selleks, et terviklikku head atmosfääri ja tunnet saavutada, on aga vaja täita rida olulisi tingimusi.

Teha või mitte teha? Kõige olulisemad küsimused on, mida soovitakse konverentsiga saavutada ja kas antud formaat on selleks kõige sobivam? Äkki on selleks mõni muu, tõhusam ja soodsam võimalus?

Konverentsi kasuks räägib see, et tegemist on väga mitmekülgse turunduskanaliga. See on justkui konsultatsiooniprojekt, mille käigus viimistletakse firma sõnumeid teatud sihtrühmale. Samas on see ka teavitus- ja otseturundusprojekt, sest sihtrühma informeeritakse e-posti teel või paberkandjal kutsetega, millele oodatakse reaktsiooni.

Konverents täidab kliendikohtumise ja ärilõuna eesmärki, sest konverentsil kohtuvad firma müügi eest vastutajad oma klientidega. Loomulikult täidab see ka kliendikoolituse eesmärki, sest mõjutatakse klientide hoiakuid ning informeeritakse arengust.

Kui otsida vastust küsimusele, kas konverentsi korraldada või mitte, siis üks võimalik lähenemisnurk on analüüsida, millised neist muidu aastale hajutatud tegevustest saab näiteks konverentsil struktureeritumalt ja väiksemate kuludega ellu viia, sest suur hulk kliente on korraga ühes kohas.

Sisu otsustab edukuse. Konverentsil on omal moel korraldava firma strateegiat, töömeetodeid ja isegi suhteid korrastav mõju.

Konverentsiprojekti raames kutsutakse tavaliselt kokku ettevõttesisene töörühm, kuhu kuuluvad juhatuse liikmed, turundusosakonna inimesed ning sisekonverentsi (jah, konverentse saab sama edukalt kasutada siseklientide ehk töötajate hoiaku mõjutamisel ning informeerimisel) puhul ka personalitöötajad.

Esimestes aruteludes pannakse paika konverentsi põhisõnum ja teemad, mille abil see osalejateni viiakse. Siin võibki juhtuda, et teatud küsimustes on see projekt esmakordne võimalus juhatuses arvamused ühtlustada.

Teiseks väljakutseks on rääkida oma tootest või teenusest sellest otseselt rääkimata. Kliendid ei tule konverentsile müügidemo pärast, vaid sooviga ennast valdkonnas harida, saada uut ja objektiivset infot. Mingil määral tasuks silmas pidada ajakirjanduslikku formaati, et laval on objektiivne ja lisaväärtust loov info ning suhtehaldus jäetakse vaheaegadele.

Danske Liidrite Foorumi juhtimiskonverentsil näiteks ei räägita laval pangaasjadest üldse, vaid keskendutakse ettevõtjatele kasuliku info ja inspiratsiooni jagamisele. Üheks tähelepanu väärivaks nüansiks sisu loomisel on, et kliendikonverentsidel kasutatakse tihti tarnijate esindajaid. Neil on aga ajapuudusest johtuvalt kiusatus kasutada oma standardseid tootetutvustusi, mis konverentsilavale ei sobi.

Tiim ja töövorm. Järgmise etapina toimub projektiplaani koostamine, mis määrab ära, millal on vaja valmis saada programm, millal ja kuidas korraldada teavitamine ning mil moel tagada tehniline korraldus s.o eeskätt toimumiskohaga, toitlustusega, konverentsitehnika ja -materjalidega seotud tegevused.

Optimaalne korraldustiim peaks koosnema 3–5 inimesest. Nad peaksid suutma "lauale tuua" kõik ettevõtte aspektid, mida eduka sündmuse korraldamiseks on vaja. Üldjuhul peaks tiimi kuuluma ka juhtkonna liige, kellel on volitused kinnitada tiimi otsused ja valitud suunad. Osapooltele frustreeriv kogemus on see, kui konverentsi korraldamine jäetakse alluvatele, kelle tööd tegevjuht hiljem ümber teeb.

Projekti ajakava ei sõltu niivõrd konverentsi mahust, kui tiimi suurusest ja rahvusvahelisuse astmest. Kohalik, paari–kolme inimesega löögirusikas saab hea sündmuse tehtud kahe kuuga, millest kuu kulub ettevalmistusele ja teine kuu sündmuse turundusele.

Kui aga kaasatakse juba kümne ringis tegijaid erinevatest maadest, läheb asjaajamisele ja ühtsete arusaamade moodustamisele kõvasti rohkem aega, arvestada tasuks seejuures vähemalt poole aastaga.

Oluline on, et töörühmas oleks üks inimene, kes tegevustel silma peal hoiab. Selleks ei ole mõtet määrata juuniortaseme töötajat, sest tal peab maja sees olema autoriteeti tegevusi suunata ja ka juhtkonnalt ülesannete täitmist nõuda.

> **Väljakutseks on rääkida oma tootest või teenusest sellest otseselt rääkimata. Kliendid ei tule konverentsile müügidemo pärast, vaid sooviga ennast valdkonnas harida, saada uut ja objektiivset infot.**
>
> Endrik Randoja, Confent asutaja ja juht

3-5
inimesest peaks koosnema konverentsi korraldustiim.

Tasub teada
Koostöö samas kliendisegmendis töötavate firmade vahel vähendab kulusid

Kaasaegne produktsioon, s.o läbimõeldud sisu, head esinejad, ühtlane ja efektne visuaalne ilme, ladus korraldus, kvaliteetne toit jne on kulukad.
Konverentsi kulude arvestamisel ning seega ka otsuse juures, kas konverentsi korraldada või kasutada muid kanaleid, võiks silmas pidada kaht järgnevat põhimõtet.
Esiteks, konverents on kõrgete püsikuludega turundustegevus. Osalejate arv mõjutab eeskätt toitlustuse ja materjalide kulu, kuid ei mõjuta niivõrd kogu planeerimistöö, esinejate, tehnilise varustuse, võimaliku videoproduktsiooni jms püsikulusid.
Seega, väga vähestele osalejatele ei ole justkui mõttekas seminari või konverentsi korraldada.
Teiseks põhimõtteks on teadmine, kui palju ollakse kontakti ehk ühe osaleja eest valmis maksma. Kas 10, 50 või 100 eurot?
Selle põhjal tasuks otsustada, kas konverentsi korraldada ja keda kutsuda ning kui palju ollakse lõpuks valmis investeerima.
Üheks kulude säästmise võimaluseks on korraldada sündmus samas kliendisegmendis töötavate, kuid omavahel mittekonkureerivate ettevõtete koostöös. See võimaldab kontakti hinda oluliselt allapoole viia. Selliseid sündmusi korraldatakse autoveonduse, autopargi halduse, kinnisvarahalduse, makselahenduste jt valdkondades.
Teiseks võimaluseks kulusid säästa, on kaasata oma tarnijad.
Üldjoontes on tarnijatel olemas teatav turunduseelarve, mida sellisel puhul kasutada.
Paljud tarnijad ei ole sageli väga varmad oma edasimüüjaid sellest teavitama, seega tasub neid survestada ja oma õigused turundusrahade kasutamiseks välja uurida.

Kas korraldada ise või võtta appi professionaal?

Partneri kaasamisel on kaks ohukohta – hanget tehes ei süveneta sellesse, mida partner pakub ning projekti eelarves ei arvestata partneri kaasamisel tekkivate väljaminekutega.

Ettevõtete üheks peamiseks küsimuseks konverentsi korraldamisel on, kas teha seda oma jõududega või kasutada konverentsikorraldusfirma abi. Selle otsuse langetamisel tasub arvestada, et keskmise konverentsi projektiplaanis on umbes 100 rida ehk hea konverentsi loomiseks tuleb luua 100 tegevust.

Kasulik on endalt küsida, kas "majas sees" on olemas inimesed, kes oma põhitöö kõrvalt suudavad need 100 tegevust kvaliteetselt sooritada. Paradoksaalselt väiksemates firmades, kus ise tegemise motivatsioon on kulude kokkuhoiu eesmärgil kõrge, neid inimesi pole. Seega on oma inimeste rakendamine konverentsi korraldamiseks eriti kulukas, kuna suur osa põhitööst jääb tegemata või saab kahjustatud.

Kaks peamist ohukohta. Korralduspartneri kaasamisel võib laias laastus eksida kahes episoodis. Esiteks, kui seni on konverentsi korraldatud oma jõududega, on eelarvesse arvestatud vaid otsekulud ning jäetud arvestamata oma töö hind. Korralduspartner aga üldjuhul soovib siiski oma töö eest tasu saada. Nii võibki tekkida olukord, kus soovitakse korralduspartner küll kaasata aga "raha on meil sama palju kui eelmisel aastal," kui konverentsi korraldati oma jõududega.

Teine moment, kus asjad võivad minna valesti on otsus, et me küll kasutame korralduspartnerit, kuid korraldame hanke või konkursi ja võtame kõige odavama. See on iseenesest mõistlik mõte, kuid peab väga selgelt mõistma, mida odavaimalt pakkujalt ostetakse. Tihti tehakse sellisel hankel pakkumine, mis automaailmaga paralleeli tuues sisaldabki vaid rattaid ja rooli. Tellija peab ikka suure osa tööst ise ära tegema, kuid maksab selle eest lisaks veel ka partnerile.

Suurimad lõhed tekivad siis, kui tellija ootab, et partner toetaks teda ka projekti rasketes lõikudes nagu sisuloomes ja turunduses, kuid tegelikult on partner võimeline osutama vaid tehnilisi teenuseid nagu ruumi broneerimine ja *catering*'i korraldamine, mis on konverentsiprojekti üks lihtsamaid osasid.

> **Keskmise konverentsi projektiplaanis on umbes 100 rida ehk hea konverentsi loomiseks tuleb luua 100 tegevust.**
>
> Endrik Randoja, Confent asutaja ja juht

Ä Soovitus

5 nõuannet, mida konverentsi turundust korraldades silmas pidada!

1. Levinud väljakutseks on konverentsi külaliste andmebaasi koostamine. Üldiselt on andmed küll olemas, kuid need on süsteemi sisestatud puudulikult või ei ole võimalik automaatselt just selle konverentsi sihtrühma segmenteerida. See etapp võib võtta palju rohkem aega kui algselt planeeritud, sestap tasub selleks aega varuda.

2. Sihtrühma valikul tasub eeskätt kõnetada otsustajaid. Suuremates ettevõtetes on otsustajaid rohkem ja seetõttu pole probleemi, kui sellistest osaleb teie korraldatud konverentsil suurem tiim. Vältida võiks kutse edasiandmise võimaldamist, nii saab veidi kontrollida, et kohale tulevad näiteks sihtrühmana planeeritud juhtimistasandi töötajad, mitte spetsialistid või sootuks eesliini töötajad.

3. Kliendikonverentsid on üldjuhul osalejatele tasuta, kuigi mõned eriti nutikad suudavad osaluse eest ka oma klientidelt tasu küsida. Tasuta osalemisvõimaluse pakkumine ei tähenda praegu aga enam seda, et sellist sündmust oleks kergem kliendile "müüa." Kliendi jaoks on tema aeg palju kallim kui 100–200 eurot, mida tavapäraselt Eestis konverentsil osalemise eest küsitakse. Seetõttu peab kliendikonverentsi turustamisel kasutama sama mitmekülgset ja läbimõeldut arsenali nagu seda teevad juhtivad avatud konverentside korraldaja.

4. E-kirjade kõrval on jätkuvalt aktuaalne paberkandjal kutse, mille mõju on pikaajalisem, sest e-kutsele reageeritakse valdavalt saamispäeval, pärast mida kaotab see oma mõju.

5. Kontaktide üle helistamine ja sündmuse meeldetuletamine on muutumas standardiks, sest osad inimesed ei viitsi ise oma tulekust teada anda või ootavad nad, et kutsuja nendega personaalselt telefoni teel ühendust võtaks. Kindlasti ei tasu konverentsi "üle müüa," sest kliendikonverentsidega kaasneb alati *drop-out* (väljalangemine), ehk teatud arv registreerunud osalejatest ei jõua kohale. See võib olla 10–30% vahel. Mida rohkem "üle müüd," seda suurem saab *drop-out* olema ja seda rohkem paned mööda toitlustuse ja konverentsimaterjalidega, samuti ruumi paigutusega.

← **Danske Liidrite Foorumi juhtimiskonverentsil ei räägita niivõrd pangandusest, kui pakutakse külalistele kasulikku infot ja inspiratsiooni.**
FOTO: JOANNA JÕHVIKAS

TALLINNA TELETORN PAKUB LENNUKAID SEMINARE, EKSTREEMSEID PIDUSID JA NOSTALGIAT

Alates Tallinna Teletorni avamisest 1980. aastal on seal peetud pidulikke tähtpäevi ning võetud vastu kõrgeid külalisi. Kolm aastat tagasi avatud värskelt renoveeritud teletorn pakub täna lisaks pidudele ja vastuvõttudele ainulaadseid võimalusi korraldada konverentse ja seminare taevastes kõrgustes.

„Oleme tänaseks tõesti korraldanud igasuguseid üritusi alates moešõudest ja autoesitlustest, mida on hea läbi viia meie esimese korruse aatriumis ja õuealal kuni suurearvuliste konverentside, koosolekute ning juubeli- ja jõulupidudeni," räägib SA Tallinna Teletorn juhataja Riina Roosipuu.

Rentida saab eri suurusega ruume nii taevastes kõrgustes kui maapinnal. Näiteks hommikuseks äriseminariks või pärastlõunaseks tooteesitluseks sobib suurepäraselt 21. korruse tippsaavutuste ekspositsioonisaal või 22. korruse brasserie-restoran, mille vaated innustavad ja panevad mõtted loovalt tööle. Konverentside ja seminaride pidamiseks on heaks lahenduseks teise korruse dataprojektri ja kõnepuldiga varustatud kuni 130-kohaline kinosaal, mille erilise atmosfääri loob Dolores Hoffmanni värviküllane vitraaž.

Teletorni esimese korruse seminariruum on mõeldud väiksemale, umbes 20 inimesega seltskonnale. Koosoleku elavdamiseks tasub vahepeal läbi teha gruppidele mõeldud "Meeskonnaga kõrgustesse" tunniajane pakett, mis sisaldab samm-sammu järel tõusmist kõrgustesse (kokku 870 trepiastet), mängulise viktoriiniga elamustuuri ja kaugele küündivaid vaateid.

Kui Teletornis läbi viia ettevõtte juubel, jõulupidu või lõbus talvepäev, on külalised kindlasti oodatud koos perega, sest siin jagub tegevust kõigile. Majja saabudes tutvustatakse Teletorni püsinäitust ning soovi korral on võimalik saada ülevaade Eesti ajaloost läbi Teletorni sündmuste. Mängulist meeleolu loob põnev seltskondlik aaretejaht, mille ülesandeks leida üles erinevad küsimused, millele mängijad vastama peavad. Mängu käigus otsitakse ka torni külla tulnud rohelist tulnukat nimega ETI. Lisaks saab kätt proovida tõelise telediktorina: lugedes kaamerasse ette lühiuudise või tervituse, saab selle saata e-kirjaga oma sõpradele üle terve maailma!

Tallinna Teletorn pakub ka ainulaadset võimalust teha läbi Walk On The Edge ehk Servakõnd, mis toimub torni vaateplatvormi katuse serval. 175 meetri kõrgusel saab täisringi ümber torni käia korraga kuni neli inimest. Üle maailmas on Tallinna Teletorn kogunud ka Trepijooksuga.

Põhja-Euroopa kõrgeim restoran

„Lisaks võimalusele rentida Teletoni ruumide kaupa, võib vastavalt kokkuleppele ürituse korraldada ka kogu maja ja õue ulatuses," pakub Roosipuu. „Aitame leida toredaid üllatusesinejaid ning pakume maitseelamusi nii Põhja-Euroopa kõrgeimas, 175 meetri kõrgusel asuvas restoranis kui ka soovi korral mujal: kohvipause ja snäkilaudu võib korraldada kinosaalist koridorideni ning liftist treppideni."

Jõulude ajaks on Brasserie&Restoran Teletorn peakokk Priit Toomits välja tulnud spetsiaalse talvemenüüga.

22. korrusel 175 meetri kõrgusel maapinnast Brasserie-restoran Teletorn pakub võimalust korraldada veel aastateks meeldejääv koosviibimine ning seda kuni sajale inimesele. Restoran katab peolaua gastronoomilise põnevuse ja kulinaarsete uperpallidega. Soovi korral saab saali paigutada ka muusikud, pisema tantsukollektiivi või mustkunstnikud. Piduliku buffet-stiilis laua võib katta ka korrus madalamal asuval pikksilmade ja multimeediaekraanidega varustatud panoraamvaate saalis.

Olete oodatud korraldama nautima lennukaid ja erilisi pidulikke vastuvõtte, galasid, õhtusööke, pulmi, perekondlikke sündmuseid ja ettevõtte tähtsündmuseid!

http://www.teletorn.ee/et/ruumid

Firmapidu kolmemõõtmeliseks.

Hologramm annab asjadele elu

MAARJA LEGA
kaasautor

Hologramm on uudne meedium, millega on võimalik firmapeol köita tähelepanu, luua salapära ning elamust.

Ettevõtte üritusel on võimalik hologrammi monitoril kuvada näiteks tooteid, andes neile lisamõõtme, mis seni on olnud võimatu. Monitori sisse saab paigutada ka füüsilise tootenäidise või toote enda (nt pisemad telefonid, pudelid, lõhnaõlid), mille peale on võimalik tekitada hologramm, mis võib tutvustada toote omadusi või muid lisaväärtusi. See annab hologrammile lisadimensiooni ning muudab selle atraktiivseks ja põnevaks.

Hologrammi võimalused. Hologrammi valmistamisele otseseid piiranduid ei ole. Parima tulemuse annavad objektid, mida on võimalik eraldiseisvalt kuvada. Näiteks laev, mootor, pudel, ehted, maja või inimene. Keerulisem on hologrammina kuvada linnavaadet, kus detailide hulk võib suureks minna. Ettevõtte FrostFX juht Marko Post kinnitas, et ka keerulisemate projektide korral saab siiski olukorra lahendada.

Hologrammi valmistamise etapid. Posti sõnul on olulisim etapp eesmärgi püstitamine. Sellest lähtuvalt loob ettevõtte meeskond hologrammi. "Lisaks on oluline läbi mõelda hologrammi monitori asukoht, et inimestel oleks sellele ligipääs," kirjeldas Post ettevalmistust. Hologrammi loomise protsess sõltub lahenduse keerukusest."See võib aega võtta paarist päevast kuni mitme kuuni, olenevalt hologrammi sisust ja lähteülesande keerukusest," märkis ta. Lisaks nõuab hologrammi valmistamine spetsiaalset tarkvara ning meetodeid, mille abil luuakse holograafiline kujutis. Abistava tehnikana kasutatakse kaameraid ning 3D-tarkvara.

Tingimused ruumile. Hologrammi monitor on mõeldud kasutamiseks siseruumides ja nõuab elektrit. Seega ruumi valikul, kus hologrammi näidata, tuleb nende nõudmistega arvestada. Samas tänu hologrammi monitori disainile on seda võimalik näidata pea igas siseruumis."Ideaalis on hämaram ruum parem. Hologramm luuakse tänu valgusele. Seega mida suurem kontrast keskkonna ja monitori vahel tekib, seda kirkam on hologramm," sõnas Post.

Hinna määrab sisu ja seadme rent. "Hologrammi hind koosneb kahest osast, seadme rendist ja sisu loomisest. Seadme rendi hinnad algavad 18 eurost päev, millele lisandub käibemaks. Rendi hind sõltub rendiperioodi pikkusest," kirjeldas hinna kujunemist Post. Hologrammi loomise hinnad algavad paarist tuhandest eurost ning sõltuvad suuresti lahenduse keerukusest ja kestvusest.

Uudne lahendus Eestis. Eestis on hologrammi näol tegu võrdlemisi uudse lahendusega. FrostFX on esimene, kes pakub täislahendust ehk ekraani koos sisuga. Ilma sobiva sisuta on tegu pelgalt monitoriga. Hologramme on tootnud firma juba üle aasta ning selle käigus arendanud spetsiaalseid võtteid, mis võimaldavad tooted efektselt märgatavamaks teha."Seni oleme pakkunud lahendust põhiliselt välisturgudele, hologramme oleme näidanud messidel nii Saksamaal, Norras kui ka Soomes," rääkis Post.

> **Vaataja saab reaalselt näha esinejat kolmest küljest samaaegselt.**
>
> René Vilbre, ETV pearežissöör ETV 60. juubeliks saatejuhtidest tehtud hologrammidest

2009. AASTAL surnud Michael Jackson laulis taas publiku ees, 2014. aasta Billboardi muusikaauhindade jagamisel sai publik kaasa elada temast loodud hologrammile.
FOTO: KAADER VIDEOST

2016.

aastal alustab tuntud muusik, 2013. aastal elavate seast lahkunud lauljanna Whitney Houston taas maailmaturneed, seekord hologrammina.

Mis on mis
Mis on hologramm?

Hologrammi monitor on uut tüüpi meedium, mille abil luuakse holograafiline liikuv või staatiline pilt seadme sisse. Sisu toodetakse spetsiaalse tarkvara ja meetodiga.

ETV saatejuhid pisteti kanali 60. juubeli puhul kasti

ETV 60. juubeli puhul tehti tuntud saatejuhtidest hologrammid. Selline eksperiment oli uudne ja esmakordne Eestis.

ETV pearežissöör René Vilbre sai võimaluse valmistades ette ETV juubeliprojekti.

"Stuudio-poisid tutvustasid mulle ekraanigraafikat ja tillukest hologrammi karpi – et näe, tegime 3D päkapiku. Seda nähes lõi tuluke peas põlema – paneme kõik ETV staarid juubelihooaja alguse puhul kasti," meenutas Vilbre.

Hologrammi eeliseks tõetruudus. Hologrammiprojekti ettevalmistusperiood ideest kuni võtteni kestis umbes kaks nädalat. Võtted ise kestsid kaks päeva ning järeltöötlus hõivas nädalajagu päevi. Ligi kuuajase protsessi tulemuseks oli neli minutit hologrammi.

Vilbrel tuli ETV pearežissöörina eelnevalt ette valmistada stuudio ning vastav valgustus. Lisaks tuli seadistada kolm kaamerat nii, et nad võtaksid saatejuhid täpselt samas suuruses üles.

Hiljem pandi neist kolmest kaamerapildist kokku üks kolmemõõtmeline pilt. Enne kõike seda tuli aga loomulikult ette valmistada ka saatejuhid koos grimmi, kostüümide ja tekstidega.

"Vaataja saab reaalselt näha esinejat kolmest küljest samaaegselt," selgitas Vilbre. Miinuseks on seejuures aga asjaolu, et seda saab teha ainult kohas, kus masin-projektsioon asub. ETV saatejuhtide hologramm jookseb kõigile huvilistele vaatamiseks Gonsiori 27 hoone fuajees.

"Televisioonis on sellise efekti kuvamine hetkel veel võimatu, kuid usun, et see on vaid mõne aasta kaugusel, kui televaatajatele saab osaks sama elamus," oli Vilbre optimistlik.

Osalejatele elamusterohke projekt. Kõik ETV saatejuhid olid kohe projektiga kaasas ja rõõmuga kaamera ees. Töö oli nende jaoks täiesti uus ja nii mõnelegi tuli selgitada, mis see hologramm on ja milleks seda vaja on."Tulemus pakkus kõigile mõnusa kogemuse ja keretäie rõõmu," võttis Vilbre teema kokku.

Vaata veebist

Michael Jackson taas publiku ees
https://goo.gl/1lLDKz
2014. aasta Billboardi muusikaauhindade jagamisel esines publiku eest hologrammina Michael Jackson, kes suri aastal 2009.

VIDEOLAHENDUS

Info liikuvasse pilti. Hea video köidab tähelepanu

MARILIIS PINN
kaasautor

Video vahendusel on kutsutud näiteks näitleja Mila Kunis kohtingule ja endise California kuberner Arnold Schwarzenegger'i relvapoodi. Loomulikult on video ka hea viis, et ettevõtte sündmusele tähelepanu tõmmata.

"Mis üritusega tegu ja kellele see on suunatud ehk milline on auditoorium?" on Sinnama OÜ juhatuse liikme Urmo Lambi sõnul kõige olulisemad küsimused, mis tuleb enne videokutse valmistamist selgeks mõelda. "Tuleb kokku saada ja arutada, mida klient soovib," rääkis Lamp, kuidas käib videokutse tegemine.

Eelarve seab fantaasiale piirid. Lihtsama kutse saab tema sõnul valmis teha päevaga, keerulisema, kuhu on lisatud ka näiteks graafikat ja eriefekte, tegemine on mitme päeva töö. "Video pakub palju võimalusi," selgitas Lamp, nii et piirid seab eelarve.

Videokutse valmistamise hinnad algavad 300 eurost ja sõltuvad suuresti projekti mahust. Lisaks tehnilisele teostusele aitavad videoteenuseid pakkuvad ettevõtted vajadusel ka idee leidmisel.

Lambi sõnul videokutsed väga levinud pole. "Firmadele olen vähem teinud, eraisikutele rohkem," sõnas ta. "Kindlasti on aga videokutse ainulaande ja avaldab mõju." Ka Stuudiopunkt OÜ tegevjuht Maksim Tund nõustus, et video mõjub ja lubab korraga kiiremini ja rohkem infot edastada. Lisaks ei tasu unustada, et hea väljanägemisega kutset on meeldiv vaadata.

Videokutse kujundab ettevõtte mainet. Kui kutse peab jõudma laiema publikuni nagu kliendid ja koostööpartnerid, siis kindlasti tasuks küsida abi professionaalidelt, soovitas Tund. Oma ettevõtte töötajate suvepäevadele kutsumiseks sobib aga ka lihtsate vahenditega tehtud video.

"Kes on video vaataja, kellele see on suunatud ja keda kõnetama peab. Oluline, et inimene tunneb ära, et just temaga räägitakse," rõhutas Tund tähtsamaid küsimusi. Kindasti peab video olema hoogne ja piisavalt lühike, maksimaalselt 1,5 minutit pikk, soovitas Tund. "See on täpselt see aeg, kaua inimene jälgib mõttega videot."

Tunni sõnul sõltub lõpptulemus alati materjalist. Tema poole on pöördunud näiteks kliendid, kellel on videomaterjal juba valmis ja kes soovivad sellest kutset vormistada. On asju, mida saab montaažis paremaks teha, kuid mitte palju.

"Kui video on väriseva käega filmitud, värvid on paigast ära, heli ei kosta, siis profivideot sellest ei tule," ütles Tund. Ehk kui soov on videot laiemale publikule näidata, siis kindlast tasub arvestada, et see kannab edasi ettevõtte mainet, seega tasub seda korralikult teha.

NUTITELEFONIDE **või videofunktsiooniga peegelkaamerate abiga saab lihtsamad videokutsed ise valmis teha. Keerukama ülesehitusega videod nõuavad professionaalset tehnikat ja ka n-ö lavastajat, kes tervikpildi kokku paneb.**
FOTO: RAUL MEE

1,5
minutit võiks olla keskmiselt videokutse pikkus.

Hea video loomine vajab lavastajat. Hea klipi tegemine nõuab väljaminekuid. "Lavastaja, operaator, valgus, rekvisiidid, näitlejad, võttepaik, grimm," loetles Nafta Films OÜ produtsent Liis Orav kuluallikaid.

Kuigi lihtsama klipi võib ka Orava sõnul operaator üles võtta ja kokku lõigata, siis keerulisema töö puhul on kindlasti vaja lavastaja pilku, mis aitab edastada just seda sõnumit, mida klient soovib. "Mis toimub, kes, millal, kuidas ja mida ütleb, et oleks õige valgus ja meeleolu," selgitas Orav, kuidas lavastaja juhendamisel sünnib kõigepealt kontseptsioon, mis ellu viiakse.

Vähemtähtis pole ka videos kasutatav muusika. Kui helipangast saab viisijupi mõnesaja euroga, siis tuntud lugude kasutamine on juba tuhandete eurode suurune väljaminek.

KOMMENTAAR

Eristumine on järjest olulisem

MARILIIS AIGRO
MTÜ Eesti Personalijuhtimise Ühing PARE arendusjuht

Kuna konkurents koolituste ja konverentsiturul on järjest tihedam, siis vajadus eristuda ning silma paista on üha olulisem. PARE on videoid kasutanud nii Personalijuhtimise Aastakonverentsi kui ka Personalitöö baaskoolituse müügi ja turunduse toetamiseks. Kui konverentsi tutvustava video tegemisel kasutasime välise partneri abi, siis koolitust tutvustava video tegime ise. Raske on mõõta nende mõjusust, kuid me ise usume, et tänu videole on mitmed inimesed teada saanud, millega PARE tegeleb.

Ä Tasub teada
Nutitelefon kutse valmistamisel abiks

Kui oled otsustanud ise videokutse teha, siis hea tulemuse aitab saavutada näiteks nutitelefon iPhone 6S või iPhone 6S Plus, millega on võimalik 4K-video salvestamine (3840 x 2160) 30 kaadrit sekundis. 4K-video tegemise võimalus on ka Samsung Galaxy S6 telefonil.
Lisaks telefonile on võimalik kasutada abivahendina statiive ja läätsesid, et tulemus oleks hea või põnevate efektidega.

PEOPAIK

Kuidas valida peoruumi nii, et see oleks enam kui vaid 4 seina?

ANN VAINLO
pidupaev.ee ja seminarroom.eu toimetaja

Pidupäevade ja töiste seminaride, konverentside jaoks sobivaid ruume otsides olen omal nahal kogenud, kuidas ebaõnnestunud ruumivalik ähvardab läbi kukutada kogu ürituse või nullida selle loodetud kasuteguri. Järgnevalt toon välja soovitusi, kuidas sellist olukorda vältida.

Pealtnäha suurepäraste tingimustega ruum on näiteks osutunud õhukindlaks konservikarbiks, mis üritusel osalejad hapnikupuuduse tõttu juba paari tunni pärast ahastamapanevalt haigutama ajas. Või rikkus toitlustaja konverentsi peaettekande ära sellega, et kolistas koridoris nõudega, kuid uksed polnud vähimalgi määral helikindlad.

Järgnevalt toon välja kaheksa soovitust, kuidas valida ruume nii, et selliseid ja muid võimalikke apsakaid ei juhtuks, kui eelnevalt on läbi mõeldud ka ürituse eesmärk, ligikaudne külaliste arv, toitlustamise ja majutamise vajadused, piirkond ja eelarve.

1. KUIDAS RUUMI SUURUST ARVESTADA?

Kõik sõltub ürituse stiilist ja tegevustest. Tavalise vastuvõtu puhul arvestatakse rusikareeglina 1 m² inimese kohta. Näiteks mahutab 50 m² saal vastuvõtustiilis maksimaalselt 55, banketistiilis 40 ning klassiruumistiilis 35 inimest. Kui sul on valida kahe ruumi vahel, millest üks on suurem ja teine väiksem, siis võta vajadusel suurem – suurema ruumi saad erinevate kujundusvõtetega mugavaks ja hubaseks kujundada. Arvesta sellega, et audiovisuaalne tehnika (ekraan, dataprojektori laud, kõlarid jm) võib võtta koguni 15% ruumi pindalast.

2. MILLINE PEAB OLEMA ASUKOHT JA LIGIPÄÄS?

Asukoht vajutab kogu sündmusele pitseri. Kas sinu ürituse jaoks sobib pigem midagi rustikaalset või urbanistlikku? Vajad sa loomingulist atmosfääri või äärmiselt asjalikku? Milline peab olema ligipääs (ühistransport?) ja parkimisvõimalused? Kui kaua võiks sõit sündmuse toimumispaika kesta?

3. RUUMI KASUTAMINE

Kui paindlike võimalustega peab ruum olema sinu ürituse aja- ja tegevuskava arvestades? Kas vajad varajast algust või hilisõhtust toimetamist? Vajad mitut ruumi erinevate tegevuste (grupitööde) jaoks? Ööpäevaringset ligipääsu ruumidele? Eraldi ruumi pagasi või inventari jaoks?

4. RUUMI PAIGUTUS

Millises stiilis tuleb ruumipaigutus? Kui sul oodatud 100 osaleja asemel registreerub vaid 50, kas paigutust on võimalik kiiresti muuta (nt algsest vastuvõtust banketiks)? Milline on ruumide helikindlus? Kas olulised on pehmed või kõvad istmed? Kas lae kõrgus on piisav ja ega kellegi vaatevälja või liikumisuruumi ei sega postid? Millised on ruumi dekoreerimise võimalused? Kas pauside ajal peab olema võimalik ruumi uksi lukustada?

5. TEHNILISED VÕIMALUSED

Kas on olemas WiFi, dataprojektor, ekraan, mikrofon, kõlarid? Kas on olemas piisavalt pistikuid ja/või pikendusjuhtmeid? Kas ruumi saab pimendada? Kas õhutemperatuuri saab reguleerida? Kas on võimalik üles panna vajalikud viidad ja sildid? Kas vajad ettevalmistusaega heli- ja videoproovi jaoks?

6. MUUD VAJALIKUD TEENUSED

Kui palju vajad ettevalmistus- ja koristusaega? Kas toitlustamist saab korraldada ürituse kulgu takistamata ja millised tingimused selleks on? Kas tualettruume on piisavalt? Kas on olemas tugiisik, kui vajad pikendusjuhet?

7. USALDA, AGA KONTROLLI

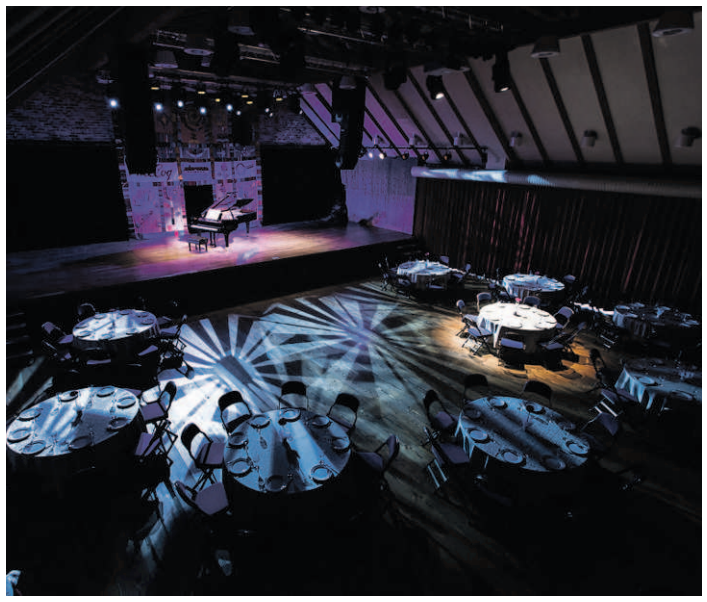
Peo- või seminarikoha pildid internetis võivad olla petlikud ja ruumide proportsioone võib valesti tajuda. Soovitav on igal juhul käia koha peal ruume vaatamas ja testimas. Kas õhk ruumis tundub värske ja kas ventilatsion töötab? Kas ruum on helikindel? Milline on põrandakattematerjal (heli summutav või võimendav), kas tualettruumid on korralikud? Kas samal ajal toimub veel mõni üritus? Aruta oluline kohapeal ruumide omanikuga läbi.

8. KUIDAS LEIDA SOBIVAID RUUME VÕIMALIKULT VÄHESE AJAKULUGA?

Seminarroom andmebaasis on sadu seminaride, konverentside, bankettide ja vastuvõttude jaoks sobivaid ruume. Õiget ruumi on lihtne otsida asukoha, inimeste arvu, majutuse, toitlustuse, ruumide paigutuse, tehnilise varustatuse jpt tingimuste järgi.

1 m²

tasub arvestada tavalise vastuvõtu puhul ruumi ühe inimese kohta.



FIRMAKINGITUSEKS - PUHAS EESTI MESI

Telli oma ettevõtte logo või sõnumiga tervislikud meepurgid!

Artisan HONEY
KODUMAINE KVALITEETMESI
Päringud www.artisanhoney.ee
Info .tel 50 73 568

← **ALATI** ei pea toimuma koosolekud ja firmaüritused kindla jalgealusega maapinnal – aurikule Katharina mahub korraga seilama kuni 120 inimest. FOTO: SEMINARROOM.EU

> **Kui sul on valida kahe ruumi vahel, millest üks on suurem ja teine väiksem, siis võta vajadusel suurem – suurema ruumi saad erinevate kujundusvõtetega mugavaks ja hubaseks kujundada..**
> Ann Vainlo, pidupaev.ee ja seminarroom.eu toimetaja

↑ **TROFEE** Jahimaja Jõgevamaal pakub jahilossile sarnast atmosfääri, kus oma sündmused organiseerida. FOTOD: SEMINARROOM.EU

← **SPORTLIKE** sündmuste läbiviimiseks on ruumid olemas näiteks Kiviõli Seikluskeskuses.
← **KORRALDADES** kontserti, vastuvõttu, seminari – Viljandi Pärimusmuusika Aita mahutab ära kuni 500 inimest.
← **PÄRNUS** asuv Ammende Villa sobib peenemat atmosfääri nõudvate sündmuste korraldamiseks.

Mis on mis
Eriilmeline valik ruumidest lähtuvalt osalejate arvust

Peokohad 25 inimesele

Estonian Golf & Country Club – Jõelähtme imeilusa golfiväljaku kõrval privaatsed ruumid 20-liikmelistele seltskondadele.
Eramu Nõmmel – terve maja (Vabaduse pst 22) on teie päralt. Privaatne peokoht kuni 30 inimesele.
TAKKK Kunstikeskus Harjumaal – loovate kogunemiste jaoks, soovi korral organiseeritakse toitlustamine.
Veinivilla Lääne-Virumaal – hubane koht kuni 30 inimesele, kus ruume rentides saab tellida ka koduveini koolitust/degusteerimist.

Peokohad 50 inimesele

Alter Stuudio Tallinna kesklinnas – privaatne peokoht, soovi korral organiseeritakse toitlustamine.
Atla mõisa koolimaja Raplamaal - saab tellida ka toitlustuse.
Hotell Kolm Õde – luksuslik peokoht kuni 80 inimesele Tallinna vanalinnas.
Trofee Jahimaja Jõgevamaal - pakub privaatset jahilossile omast keskkonda kuni 80 inimesele koos luksuliku majutuse ja toitlustamisega

Peokohad 100 inimesele

Alatskivi loss Tartumaal – mahutab kuni 120 inimest. Pakub toitlustamist ja majutamist.
Aurik Katharina – mahutab Majakasalongi 120 inimest. Merel osalisi juba keegi segama ei tule ning toitlustamine saab organiseeritud.
ESTONIA Resort Hotel&Spa – sel suvel kapitaalse remondi läbinud hotell Pärnus pakub imelisi ruume kuni 150 inimesele koos toitlustamise ja majutusega.
Kiviõli Seikluskeskus Ida-Virumaal – lahe sportlikult kaasaegne keskus kohapealse toitlustamisega.
Restoran Mr Jakob – imemaitsva toiduga ja kaunite vaadetega koht Otepää Golfiväljakul mahutab kuni 140 inimest.
Sangaste loss Valgamaal – pidulike sündmuste jaoks sobilik ruum koos toitlustamise ja majutusega.
Toosikannu Puhkemaja peasaal Raplamaal – mahutab kuni 120 inimest. Soovi korral söögi ja majutuse korraldamine.

Peokohad 200 inimesele

Ammende Villa Pärnumaal – peoruum kuni 250 inimesele. Väärt toitlustamine ja majutus.
Eesti Vabaõhumuuseum Tallinnas – mahutab Kõrtsi talli kuni 200 inimest. Lisaks pakutakse rahvuslikke roogasid.
Nelijärve Puhkekeskus Harjumaal – ootab suurimasse saali kuni 250 inimest. Soovi korral pakutakse ka toitlustamist ja majutust.
Tallinna Õpetajate Maja – Raekoja platsil asuv hoonekompleks mahutab suurimas saalis kuni 250 inimest, terves majas pea 1000 inimest.
Vanamõisa Vabaõhukeskus Saue lähedal Harjumaal – üllatab hubase palksaaliga, kuhu mahub kuni 200 inimest.
Voore Puhkekeskus Jõgevamaal – mahutab kuni 200 inimesega seltskondi. Pakub nii toitlustust kui majutust.

Suured peokohad, mis mahutavad 300 inimest või rohkem

Mooste mõis Põlvamaal – lahedasti renoveeritud mõisas jagub ruumi kuni 500 inimesele. Soovi korral organiseerivad ka toitlustamise.
Mustpeade Maja Tallinna vanalinnas – mahutab imeilusasse keskaegsesse valgesse saali kuni 400 inimest.
Sakala Keskus Viljandimaal – sümpaatselt restaureeritud Stalini-aegse kultuurimaja suur saal mahutab lahedasti 300 inimest. Võimalik rentida terve maja.
Tallinna Lauluväljak – pakub suuremaid ja väiksemaid ruume. Suurimasse ruumi mahub kuni 1000 inimest.
Teaduskeskus Ahhaa Tartus – mahutab majja pidutsema kuni 700 inimest.
Viljandi Pärimusmuusika Ait – suur saal mahutab kuni 500 inimest.

PÄRNUS asuv söögikoht Kolhethi rõõmustab neid, kellele maitsevad Gruusia toidud – lambaliha, hinkalid või hatšapuri. FOTO: MEELI KÜTTIM

Maailmamaitsed koduõuel. Igaühele oma

Toidukultuur on Eestis mitmekesine ja demokraatlik – uued maitsed ja söögikohad, kus kolleegide, partnerite või sõprade-tuttavatega kohtuda, on meie toidumaastikule väga oodatud.

Lisaks tuntud Itaalia, Hispaania, Prantsuse, Vene ja Ameerika köögi hittroogadele, leiab kulinaarsete elamuste kütt põnevat Tiibeti restoranist, Gruusia või Mehhiko toite pakkuvatest kohtades. Allpool on välja toodud mõned Äripäeva restoranikriitiku Heidi Vihma kogemustest viimase pooleteise aasta jooksul.

ÄRIPÄEV

Ä Mis on mis

Restoranitest on Äripäeva Puhkepäevas iganädalaselt ilmuv restoranikriitiku Heidi Vihma arvustus ühele söögikohale. Arvustuses hindab ta söögikoha toite, teenindus ja interjööri. Igas kategoorias on võimalik restoranil teenida maksimaalselt 10 punkti, kokku 30 punkti.

1. GRUUSIA

Kolhethi
23 p (30 võimalikust)
Aadress: Kuninga 36, Pärnu

Vaatamata sellele, et Gruusia ehk Georgia pole just esimese järgu kulinaariamaa, on ta Eestis esindatud päris mitme restoraniga. Üks neist on koduse miljöö ja eriliselt hea teenindusega Kolhethi Pärnus. Kolhethi menüü lükkab ümber müüdi, et grusiinid söövad vaid lambašašlõkki. Lammas muidugi on menüüs olemas, kuid mitte ainult šašlõki kujul, vaid ka supiks ja hautiseks tehtult ning hinkalite täidisena. Valik on menüüs aga hulga mitmekesisem.

www.facebook.com/kolhethi

2. INDIA, TAI

Ginger Café
25 p (30 võimalikust)
Aadress: Toompuiestee 29, Tallinn

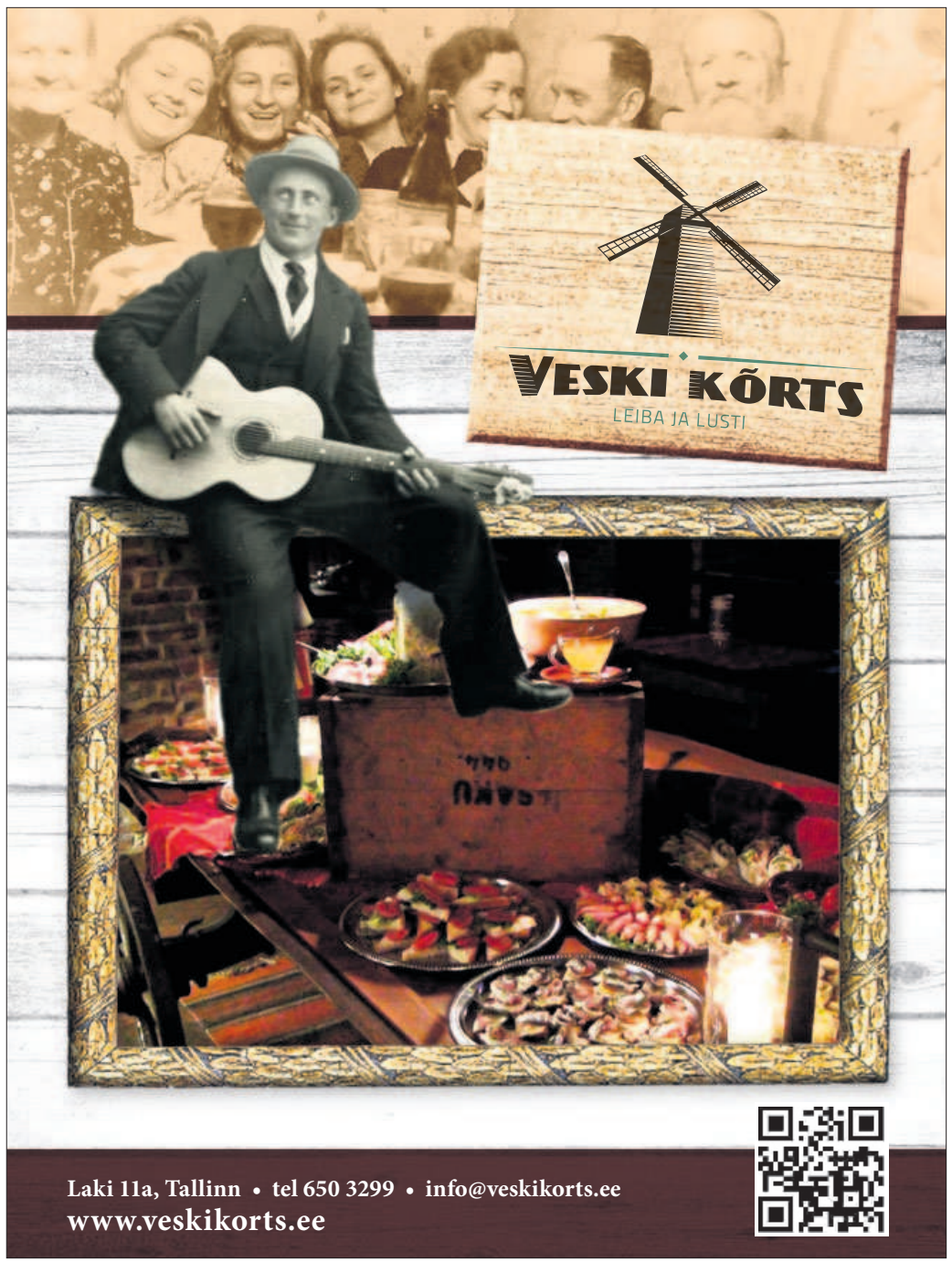
Toompuiestee-Falgi tee kant hakkab oma söögikohtadega juba Telliskivi kulinaarialinnakule konkurentsi pakkuma. Indiat ja Taid esindab seal aasta alguses avatud Ginger Café. Kes armastab üht meie vanimat (ja parimat), Kadriorus India-Tai kööki pakkuvat Villa Thaid, see armastab ka Gingerit, nad on lähedalt sugulased, nagu kinnitas kelner. Sugulust kinnitab ka toiduvalik. Menüü on segakeelne, taikeelsed *tom yam* ja *priew waan gai* vahelduvad inglise keelega - *hot and sour chicken soup*, *crispy chiken with honey and pepper* jne. Arusaamisega pole probleemi, kõik on ka ilusas eesti keeles lahti seletatud.

http://gingercafe.ee/

3. JAAPAN

Tokumaru
24 p (30 võimalikust)
Aadress: Estonia pst 9, Tallinn, Solarise keskuse II korrus

Jaapani kööki ja sööki hinnatakse maailmas kõrgelt ja see muutub üha populaarsemaks. Nii ka meil – Solarise keskuses tegutseb Jaapa-



ni söögikoht Tokumaru. Mõned aastad on Tallinnas Kadriorus tegutsenud väike Jaapani toidu pood MoMo, mille eksootilist kööki hindavad toiduarmastajad mitte ainult kaubavaliku, vaid ka asjatundlike nõuannete pärast, mida kaubale lisaks on võimalik saada. Juba enam kui aasta tagasi tuli MoMo aga Kadriorust südalinna ostukeskusesse, kus avati *ramen*'i- ja *sushi*-koht.

https://tokumaru.squarespace.com

4. MAROKO

Magnuna
23 p (30 võimalikust)
Aadress: Pikk 35, Tallinn

Magnunas on Lähis-Idaga kokku segatud keskaegne Tallinn ja natuke ka Marokot: söögisaali seinal on tahvel, mis räägib hoone pikast ajaloost, Põhja-Aafrikat esindavad aga Eduard Wiiralti Maroko-teemalised graafilised lehed. Magnuna on väga väike, lugesin kokku vaid seitse lauda. Menüü pigem lühike kui pikk. Kuidas tegelikult Lähis-Idas toit maitseb, seda ei olnud mul võimalust kogeda, aga Magnuna peremees kinnitab, et nende restoranis tehakse just neid kõige ehedamaid roogasid, täpselt selliseid, nagu tema ema ikka on teinud.

https://goo.gl/YLsmaV

5. MEHHIKO

Ancho
21 p (30 võimalikust)
Müürivahe 17, Tallinn

Müürivahe tänava Ancho tutvustab ennast inglise keeles: Mexican food & Drink bar. Eesti keeles siis Mehhiko toiduga napsikoht? Või hoopiski Mehhiko gastrobaar? Menüü annaks väiksema restorani mõõdu välja küll, aga jooke pakutakse hoogsamalt, kui restoranis kombeks on. Nii pole seinatahvlil kirjas mitte toidud, nagu söögikohas tavaks, vaid joogid, täpsemalt kõikvõimalikud kokteilid – kümmekond või isegi rohkem erinevat Margaritat. Võimsaim neist, pooleteistliitrine hinnaga 27 eurot – restorani kohta liig mis liig, napsikohas aga lihtsalt tavaline XXL.

http://www.ancho.ee

6. PRANTSUSMAA

Lyon
24 p (30 võimalikust)
Aadress: Viru väljak 4, Tallinn

Tallinnas Viru keskus asuv Lyon on korraga saiapood, kohvik ja restoran. Prantsusmaa-mäng on toonud menüüsse hübriidsed toidunimed nagu "La Baklažaan" ning "Le chevre ja salat", aga ka põlisprantslased nagu *les moules* (ehk veinis hautatud rannakarbid koore-veinikastme ja krõbeda *baguette*'iga) ja *foie de canard* (ehk pardimaks praetud pardi, Põltsamaa Kuldne veini, pirni ja Lyoni omatehtud kukliga).

http://cafelyon.ee

7.

Frenchy
25 p (30 võimalikust)
Aadress: Telliskivi Loomelinnaku B-hoone, Tallinn

Sisekujundusele orienteeritud restoranide aeg on selleks korraks möödas, see on ammu selge. Nüüd on käes söögi ja joogi aeg. Disainilt meenutab Prantsuse bistrookultuuri esindav Frenchy kõige rohkem Sesooni – see on samasugune kõrgete lagedega endine tööstushoone, menüült aga kellegagi sarnasusi ei leia. Kui siis, võib-olla õige natuke meenutab Frenchy Lyoni, mis ju ka Prantsuse köögiga flirtida üritab, või Kukke ja Konna, mis samuti prantslaste loodud, ainult et kohvikuks, mitte restoraniks.

https://goo.gl/DqTjea

8. TIIBET

Himaalaja jutud
22 p (30 võimalikust)
Aadress: Küüni 5B, Tartu

Iga uus piirkond meie kahvatul kulinaarsel pildil rikastab mitte ainult siinset toidumaastikku, vaid ka maailmapilti. Tiibeti restoran Himaalaja Jutud asub Tartus ja kannab maailmarändur ning kirjaniku Roy Strideri reisiraamatust inspireeritult nime Himaalaja Jutud. Asukoht on söögikohal soliidne, isegi liiga soliidne – kes oskaks Himaalajat otsida südalinna modernsest tumedaklaasilisest uusehitisest? Aga seal ta on, Tiibeti kaardi, mustrite, lippude ja fotodega kinnitab oma autentsust juhuslikule sisseastujale.

www.facebook.com/restoranhimaalajajutud

9. UKRAINA

Haven
21 p (30 võimalikust)
Mustamäe tee 116, Tallinn

Mustamäe tee Haveni menüü on kirju: natuke Ameerikat, veidi Prantsusmaad ja Itaaliat, näpuotsaga Eestit ja Venemaad ning kübeke Ukrainatki. Ukrainat esindavad küll vaid paar–kolm rooga, kuid sellest jätkub, et olla Ukraina suursaatkonna ametlik partner Eestis.

Ukraina roogasid pakkuvaid restorane on Eestis ennegi olnud, üks tegutses mõne aja eest isegi samas majas. Aastate eest samas kohas söödud, üle linna kuulsa borši mälestuseks alustasin ka seekord sama supiga ja ka sel korral oli tegemist korraliku leemekesega. Puljong oli aus ja maitse meelepärane, aga üle kõige säras pekk, mis koos küüslaugu ja hapukoorega supi juurde käis – pehme, suus sulav, sametine.

www.haven.ee

Loe veebist

Kuhu minna kolleegidega lõunale või kus korraldada kliendikohtumine? Erinevate restoranide söökide, teeninduse ja interjööri kohta loe pikemalt restoranikriitik Heidi Vihma restoranitestidest.
www.aripaev.ee/restoranitest

← **TALLINNAS Toompuiesteel avatud India-Tai söögikoht Ginger Café pakub valikut eksootilisi roogasid.**
FOTO: JULIA-MARIA LINNA

Firmasündmused linnamürast eemal Põlvas hotellis Pesa

Rohelise Võtme hotell Pesa Lõuna-Eestis, lõõtsapealinnas Põlvas pakub rahuliku miljöö ja kohalikust toorainest valmistatud maistvate toitudega hubast peatumispaika nii puhkajatele kui ärireisijatele.

Tartust vaid 45 minuti kaugusel asuv Pesa hotell sobib suurepäraselt seminaride, infopäevade, koosolekute ja konverentside korraldamiseks. Avar, valgusküllane ja 80-ruutmeetrine seminariruum on varustatud eduka ürituse läbiviimiseks kõigi vajalike vahendite ja tehnikaga. Tänu kergesti ümberpaigutatavale sisustusele saab seminariruumi kujundada vastavalt kliendi soovidele.

Mõttevärskenduseks pakub hotell Pesa kosutavaid energiapause, mille kõrval saab seminarirõdul nautida päikest ja vaadet väikelinna koduaedadesse. Endale meelepärase suupistete valiku saab teha kodulehel asuvast kohvipausimenüüst või küsida eraldi pakkumist toitlustusjuhilt. Toekamaks kehakinnituseks lõuna- ja õhtusöögi näol on külalised lahkelt oodatud hotelli restorani ning suvisel ajal on võimalus einet nautida ka Päikeseterrassil. Menüü aluseks on kohalikud toorained ja retseptid, kuid road on valmistatud ja serveeritud moodsas võtmes.

Edukas töine koosviibimine väärib kosutavat und mõnes meie mugavas numbritoas. Pesa hotelli 30 numbrituba pakuvad öömaja enam kui 60 inimesele. Hotellitoad on sisustatud täispuidust mööbliga ja põrandaid katab naturaalne saareparkett. Järgmisel hommikul saate keha kinnitada kosutava buffet` hommikusöögiga.

Suurepärane võimalus muuta kordaläinud koosviibimine meeldejäävaks on aktiivne seiklustegevus öömatkadest raftisõitudeni, mängida bowlingut 200 m eemal asuvas keskuses või nautida saunamõnusid ja värksendavat suplust hotelliga samas kompleksis asuvas ujulas. Lisaks jäävad meie juurest kiviviske kaugusele nii Taevaskojad, Mooste mõis, Maanteemuuseum kui ka teised põnevad ja avastamist väärivad kohad.

Parkimistasu pärast ei pea muretsema, sest see on tasuta.

Küsi lisainfot:
Hotell Pesa
Uus 5, Põlva
Tel +372 5622 2881
E-post broneering@kagureis.ee
www.kagureis.ee

ARVAMUS

Osav turundus – disko ja tulešõu bussijaamas

KAROLIINA VASLI
kaasautor (Õhtuleht)

Tallinna bussijaama 50. sünnipäeva pidu näitab, et tähistamise saab ühendada edukalt turundusega. Just sellise noorusliku üritusega luuakse endast kuvandit kui tõelisest 21. sajandi ettevõttest.

"Mis siin toimub," uurib üks segaduses turist inglise keeles. On külm septembriõhtu ja seisame bussijaama ooteplatvormide kõrval. Meie ees käib tõeline tulešõu. Tantsijatarid hooglevad muusika saatel, endal käes leekides tõrvikud. Kuna just on pimedaks läinud, on etendus ilmselgelt efektne.

Selgitan turistile, et bussijaamal täitus avamisest juba pool sajandit ning loomulikult otsustati seda meeldejäävalt tähistada. Turist muheleb ja räägib, et sõidab Vilniusesse ega kujuta ettegi, et nende küllaltki räämas bussijaamas midagi taolist võiks toimuda.

Totaalne muutumine. Müts maha meie bussijaama opereeriva ettevõte T grupp ees, kes on teinud bussijaamast Tallinna visiitkaardi. Mäletan veel ise aegu 1990ndatest, kui hoone lagunes ning sügisesel ajal oli ootesaali põrand nii räpane ja porine, et hiljem tahtnuks jalanõud ära visata. Kõik oli otseses mõttes ebameeldiv. Aga mõne aasta eest läbis hoone korraliku remondi – maja sai uue ja puhta ilme.

Nüüd aga, ühel septembrikuisel pimedal õhtul on võimalik bussijaamas niisama ootamise asemel üllatuslikult tantsu vihtuda.

Tulešõu järel astub lavale veel ka Eestit Eurovisionil esindanud Robin Juhkental. Eestlased on üldiselt küllaltki tuimad, aga noorsandi viisijupid toovad rahva lava ette tantsima. Ilmselt on abi ka särtsakatest kokteilidest, mida kohvikus pakutakse. Pidu jätkub varaste hommikutundideni üritustesarja "Õnne 14" diskorite muusikavaliku saatel.

Taskukohane pidu. Tagantjärele võin öelda, et see on üks mu enda viimase aja huvitavamaid pidusid. Eks ole neid tüüpilisi – saame kokku, võtame mõne joogi ja tantsime – üritusi nähtud küll.

Antud pidu aga eristus paljuski just omapärase peoruumi ja õhkkonna poolest. Rahvast ei olnud üleliia palju, ent samas võis järgmisel päeval mitmetes veebiportaalides näha üritusest pildigaleriid ja loomulikult riputas fotod oma Facebooki lehele ka T grupp ise. Ehk siis üritus jõudis ka kaudselt massideni.

Sissepääs bussijaama oli tasuta. Ilmselt ei läinud antud pidu, mis ka head turunduslikku eesmärki täitis, korraldaja jaoks ilmatu kalliks (olid ju ruumid täiesti omast käest võtta), aga eristus oluliselt teistest. Eks see ole ka üks firmapidude mõte. Halli massi on meil ümberringi igal pool niigi palju.

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

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

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

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

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

ILLUSTRATSIOON: ANTI VEERMAA

JUHTKIRI

Pärast meid tulgu veeuputus?

Sellise suhtumisega oli kunagi Prantsuse kuningas Louis XV. Järjest kiiremini ringi käivad tarbimisühiskonna hoovad kannavad sama, kahjuks jätkusuutlikkusest väga kaugel olevat suhtumist edasi, millele ettevõtjad saavad pidurit tõmmata.

Tänane erileht toob välja keskkonnasäästlikkuse peale mõtlevate firmade kogemusi ja soovitusi. Näiteks Eesti Energia jõulupidu kaunistas mullu papist kuusk, töötajate initsiatiivil viidi suvepäevadel läbi vanade raamatute vahetus/müük ning ülejäänud toit (mille tekkimist proovitakse minimeerida) ei lenda peojärgselt mitte prügikasti, vaid jõuab abivajajateni. Ikka selle nimel, et ettevõtte keskkondlik jalajälg oleks väiksem.

Keskkonnasõbralikkuse peale mõtleb sündmuseid korraldades ka Telliskivi Loomelinnak – inimesi ärgitatakse jäätmeid sorteerima ja toidufestivalidele kaasa võtma oma nõusid – kruuse, taldrikuid, kahvleid-nuge, et rämpskogus, mida tekitab ühekordsete nõude kasutamine, oleks minimaalne. Rimi on aga paberi väljaprinti koolituste korraldamise tarbeks vähenenud – osa koolitustest on kolinud üle üldse internetti.

Vähem prügi, vähem kulusid. Sellistele pisiasjadele mõtlemine hoiab kokku ettevõtte väljaminekuid. Sadade lehtede kaupa väljaprinditud paberimaterjalid, peo tarbeks ostetud plastist nõud või dekoratsioonid lendavad peale üritust enamasti prügikasti. See on tühja kulutatud raha, mis on loonud väärtust kõigest paar minutit. Hiljem nõuab see aga tähelepanu prügiveo ja selle teenuse eest esitatud arve ning kaudselt ka maksude näol, mille eest on kerkinud prügipõletusjaamad. Alternatiivid nende kulude minimeerimiseks on aga olemas.

> **Keskkonnasõbralikkus on teema, mis kõnetab kundesid üle maailma järjest enam. Hääletatakse rahakotiga.**

Teine suur kuluallikas on firmakingid. Kundedele rõõmuvalmistava kingi leidmine on keeruline – vajaminev on enamasti olemas, mistõttu leiavad kingikotti tee tihti kasutud vidinad, mis mõne aja riiulil tolmu koguvad ja seejärel taas prügimäel lõpetavad. Miks mitte hoopis see raha heategevuseks annetada või kutsuda partnereid ühiselt midagi kasulikku koos korda saatma.

Keskkonnasõbralikkus toob kliente. Tõsi, ilma asjadeta ei saa. Küll aga saab enne millegi ostu kaks korda mõelda, kas see aitab ettevõtte käekäigule kuidagi kaasa või mitte? Keskkonnasõbralikkus on teema, mis kõnetab kundesid üle maailma järjest enam. Hääletatakse rahakotiga. Ümbritsevast mitte hoolimine võib ühelt ettevõtjalt kliente viia ja teisele, kes nende teemade peale mõtleb, neid juurde tuua.

Aprillis rõõmustas Äripäevale antud intervjuus mahetooteid müüva Biomarketi keti juht Priit Mikelsaar, et nõudlus kasvab juba mitmendat aastat. Aianduskaupu müüv Hortes avas tänavu juulis aga näiteks kohviku Garden, mille menüüs mahetoorainest road.

TOIMETAJA VEERG

Siirus – sündmuse õnnestumise alustala!

Rohke raha eest korraldatud sündmus ei pruugi olla meeldejäävaim, kui atmosfäär on kõle ja kava külaliste huvidest sama kaugel kui Arktika Antarktikast.

SIGNE SILLASOO
signe.sillasoo@aripaev.ee

> **Nende inimeste jaoks ei olnud lennupilet suur väljaminek hubase atmosfääri nautimise eest.**

Sattusin vestlema ühe lapsevanemast sõbrannaga teemal lapsed ja raha – ta oli seda meelt, et tänapäeva lapses millegi koos tegemise vastu huvi äratamiseks peab olema rohkelt eurosid rahakoti vahel.

Tore muidugi, kui raha ei ole probleem. Koos veedetud aega ei trumpa aga kuidagi üle nutiseadmed või kinopiletid. Seda muidugi juhul, kui ühist aega täidab põnev sisu ja huvitavad jutuajamised – kokkuvõttes tähelepanu, siirus ja üksteise huvide, soovidega arvestamine.

Sama kehtib ürituste korraldamise puhul. Hubasus ja meeldiv atmosfäär on väga suhtelised mõisted, aga igal inimesel on olemas see geen, mille abil nende olemasolu või puudumist ära tunda.

Septembri alguses sattusin ühele Tallinnas toimunud teeteemalisele koolitusele. Ruum mahutas tihkelt ära *ca* 25 inimest. Igaühe jaoks oli padi põrandal istumiseks ja kausike tee joomiseks. Mingeid suuremaid luksusi kolm tundi kestnud sündmusel polnud. Samas oli see üks toredamaid koolitusi, kuhu sel aastal sattunud olen.

Üllatav oli see, et kohale oli tulnud huvilisi Venemaalt, Iirimaalt ja Hollandist. Mõelda vaid? Selleks, et kolm tundi põrandal istuda ja teetarkust õppida. Need inimesed olid koolitust läbi viinud õpetaja siirusest varem lihtsalt osa saanud. Nende jaoks ei olnud lennu- ja sündmusepilet suur väljaminek hubase atmosfääri eest.

Avatud uus elegantne
ajaloohõnguline kunstirestoran

Art Priori

Hiljuti avati Tallinna vanalinnas Olevimägi 7 majas kunstirestoran Art Priori, mis on inspireeritud vanast maailmast. Kogu restorani interjöör on valminud Tallinnale omase gooti arhitektuuri eeskujul. Mastaapselt on kasutatud siinses vanalinnas tuntud paekivi, mis on kaunistatud ornamentikaga ajalooliste gooti dekoratiivmotiivide ainetel.

Restoranil on kolm eraldi söögisaali, igaühes on eksponeeritud väärtuslik originaalkunst – praegu peamiselt 15. ja 17. sajandi natüürmordid ja olustikustseenid. Kunstinäitused möödanikust kuni tänapäevani on restoranis igapäevased, pakkudes suurepärase toidu kõrvale intellektuaalseid ja esteetilisi kogemusi, väljapeetud gurmeed.

Restorani privaatne VIP-saal kuni kümnele on ideaalne paik ärikohtumisteks ja -lõunateks. Väikese saali tehnilised lahendused võimaldavad korraldada minikonverentse.

Restorani köök on ülimalt tänapäevane, kuid sealt ei puudu ka elav tuli – puugrill, millel suur osa artistlikest roogadest oma lihvi saab. Köögi idee on kantud puhastest maitsetest. Järgitakse viimaseid trende ja orienteerutakse eelkõige sesoonsele värskele toiduainele, maitserohelist kasvatakse ise ja poole menüüst moodustavad taimetoidud. Meeskond köögis on noor ja ambitsioonikas, omades märkimisväärset kogemust ja filigraanseid oskusi.

www.artpriori.ee

Heinz

Loomulikult
Heinz!
aastast 1869

UUDIS

HEINZ 57 VARIETIES
HEINZ 1869 HOT CHILLI KETCHUP NIEUWE VERBETERDE RECEPTUUR NOUVELLE RECETTE
HEINZ SENAP SENNEP SINAPPI Dijon NYHET NYHED UUTUUS
HEINZ 1869 TOMATO KETCHUP 57 VARIETIES GROWN NOT MADE 875ml - 1kg
HEINZ 1869 SMOOTH & SMOKEY BARBECUE SWEET SAUCE & MARINADE
HEINZ 1869 SOJA SAUCE OUR ORIGINAL RECIPE
HEINZ 1869 BAKED BEANS with tomato sauce 57 VARIETIES