



2023-as pályázat nyertese

**Az év belső kommunikációs
eseménye**

HD Group

Pályázati anyag címe: TELEKOM MAGENTALAND

Az év belső kommunikációs eseménye

HD Group – Telekom Magentaland

A rendezvény dátuma, időtartama

2022. szeptember 29. 10:00-00:00

Nevezett rendezvény résztvevőinek száma

2000 fő

Milyen szolgáltatásokkal járult hozzá a nevezett rendezvényhez?

• Kreatív koncepció, vizuális és tartalmi koncepció • Teljes esemény design, helyszínekialakítás, egyedi színpadkép • Előkommunikációs anyagok, helyszíni prezentációk, animációk • Többszörösen összetett esemény menetének kidolgozása, a 12in1 cél, hogy egy nap egyszerre lehessen belső expo, termék launch, csapatépítő, részlegek bemutatkozása, vezetői fórum, díjátadó, all staff esemény, koncert, buli, stb. • Logisztikai tervezés - egy légtérben legyen egy látványos szakmai előadás és közvetlenül utána a komplex esti koncert - térelválasztás • Szakmai és az esti program összekapcsolása - mindegyik igazgatónak volt egy dal amire bevonult és elmondta miért. Ebből Lotfi Begi az esti fellépő készített egy remixet, ami a Board egységét mutatta. • Interaktivitást biztosító ötletek - zenére pulzáló digitális karkötő, kollektív fényfestés • Fenntarthatóság- digitális elemek, repohár, újra felhasználható brandingelt dekorációk • Esti koncert

Milyen kommunikációs eszközöket használt a célközönség eléréséhez, mennyire bizonyultak hatékonyak ezek?

Minden előkommunikáció a székházban és a belső kommunikációs eszközeiken zajlott. A vállalat meglévő platformjainak mindegyikét szimultán használtuk, hogy az eseményt berobbantsuk a köztudatba és rendelkezésre álló rövid idő miatt azonnali regisztrálásra ösztönözzük. Néhány eszköz: intranet, belső LEDfalak, liftek, padlómatricák, fotófalak, dekorkockák, eDM-ek, push notification, stb.

A nevezett rendezvény mennyiben volt egyedi, kreatív? Hogyan járult hozzá az ügyfél és a résztvevők elégedettségéhez, mit tett az adott rendezvényen az élmény növeléséért?

Az esemény egy komplex koncepcióra épült, amely a Magentaland elnevezést kapta, ez minden digitális és nyomtatott elemen megjelent. Az aktív key visualt egy folyamatosan változó színes kavalkád adta, melynek háttérében a brand megújult „T” betűje kapott helyet. Ez minden kreatívon megjelent. A tér kihasználása egyedi volt, először valósult meg az MVM Dome-ban a tér ilyen módon történő kettéválasztása: a vendégek a terembe lépve egy konferencián vehettek részt, széksoros ültetéssel, épített színpaddal és különleges LED vetítéssel, majd a vacsorát követően már a másik rendezvényterbe jöttek vissza, ahol egy fesztivál hangulatú esemény vette kezdetét. A 2 tér elválasztására a függönyök mellett a LED falakat használtuk. Az esemény színpadképét a MAGENTALAND színes kavalkádját összefogó és támogató 12 méter magas, élvilágított „T” logó tette emlékezetessé. A szakmai előadásokat minden előadó egy általa kiválasztott zeneszámmal vezette fel. Ezzel a különböző előadásokat is össze tudtuk kötni és a zene szerepe a teljes rendezvény tematikáját meghatározta. A DJ által ezekből a számokból egy remix is készült. A vendégek részére belépéskor egy hangérzékelős karkötőt osztottunk, amely követte a színpadon történő események hangulatát, a zene és minden egyes hang ritmusára egyszerre villogott,

pulzált és ezáltal a közönség egy egységként élhette át a rendezvény történéseit.

Ismertesse a rendezvény komplexitását. Milyen kihívásokkal találkozott a lebonyolítás során?

A rendezvény egyszerre 12 eseménytípust szolgáltat ki egy nap alatt két helyszínen. A vendégek délelőtt a Telekom székházban belső expón, a területek bemutatkozó előadásain, az új T-phone bevezető eseményén, illetve vezetői kerekasztalok és csapatfeladatokon vettek részt. Később, 15:00 után kezdődött az MVM Dome-ban meghirdetett program, melynek programelemei között volt a díjátadó, Leadership Forum+, all staff event, Bagossy Brothers koncert és zárásként party, melynek hangulatát DJ Lotfi Begi biztosította. A komplexitást növelte az MVM Dome 2 színpados berendezése és a program ezáltal megosztása is. A COVID óta nem volt ilyen nagy eseménye a Telekomnak, emiatt cél volt, hogy minden dolgozót, függetlenül a munkavégzés helyétől, időtartamától vagy pozíciójától elérjünk és tudomást szerezzen a rendezvényről. A Telekom célja az volt, hogy minél többen legyenek jelen személyesen az eseményen és hogy megtöltsük az MVM Dome-ot.