



PORTFOLIO

EVENTS

СОДЕРЖАНИЕ

Клиентские мероприятия.....	3
Корпоративные мероприятия.....	9
Деловые мероприятия.....	15
Автомобильные мероприятия.....	19
Family Day.....	23
Мероприятия нового формата (Unilever)....	27



... Уважаемый читатель, перед вами отчет работы компании «Клюква» за лето 2012. При подготовке мероприятий Мы всегда стараемся уделять внимание мелочам, ведь именно мелкие детали влияют на ощущение каждого человека.

Я написала слово «Мы» с большой буквы, потому, что на данный момент в «Клюкве» собрана лучшая команда за последние пять лет. Мы сами ставим себе максимально высокую планку в реализации идей, достижение которой становится делом чести.

2012 год прошел в компании под эгидой «work and fun – all for one»; эта рабочая программа подразумевает взгляд на event под другим углом. Мы пытаемся работать для каждого человека в отдельности, независимо от того, будет их 20 или 20 000

P.S. Мы ценим ваше время, поэтому здесь представлены 15 из 43 наиболее ярких мероприятий, за лето 2012.

Директор компании «Клюква»
Инна Ефимова



www.iek.ru

11-13 июня

«КЛУБ ВЫДАЮЩИХСЯ ДЖЕНТЛЬМЕНОВ»

Тема: Компания «IEK» переходит на новую «закрытую» систему отбора партнеров.

Задача: Необходимо создать концепцию мероприятия для дилерского слета, отразив идею закрытого общества. Разработать стиль и дизайн мероприятия. Реализовать задуманное в трехдневном слете партнеров

Детали: 260 человек. Топ менеджеры. Средний возраст 40 лет. Мужчины женщины 80/20

Решение: «Клуб выдающихся джентльменов»

Краткое Описание: Благодаря множеству мелочей и единой логической связи элементов программы, «Клюква» создает атмосферу элитарного общества. Каждый участник ежегодного слета партнеров ощущает свою значимость для Компании «IEK».

- Разработано единое дизайнерское решение всего спектра брендируемых предметов.
- Выпущена газета с авторскими статьями о слете.
- Создан образ «хранителя клуба», который связывает все события между собой. «Хранитель клуба» появляется в короткометражных фильмах и аудиороликах.
- Группа профессиональных игротехников проводит масштабный турнир по «Мафии» и игре «Что? Где Когда?»

РАЗРАБОТАНО ЕДИНОЕ
ДИЗАЙНЕРСКОЕ РЕШЕНИЕ
ВСЕГО СПЕКТРА БРЕНДИРУЕМОЙ
СИМВОЛИКИ



ВЫПУЩЕНА ГАЗЕТА
С АВТОРСКИМИ СТАТЬЯМИ
О СЛЕТЕ



«КЛУБ ВЫДАЮЩИХСЯ
ДЖЕНТЕЛЬМЕНОВ»





www.grundfos.ru

28 июня

ОПЕРАЦИЯ «ПОСЕЙДОН»

Тема: Из года в год компания «Grundfos» собирает партнеров для презентации новых проектов.

Задача: Презентовать проект «Посейдон», разработать оригинальный концепт проведения слета партнеров. Создать интерактивную экстремальную программу, рассчитанную на целый день.

Детали: 120 человек. Партнеры Компании. Средний возраст 30 лет. Мужчины женщины 85/15. На прошлом слете был организован полет на воздушных шарах

Решение: Операция «Посейдон»

Краткое описание: Для партнеров организован экстремальный Квест на воде. Во время скоростного спуска на плотах, участники проходили испытания на скорость и интеллект. Особенностью спуска стала сама презентация проекта «Посейдон», которая была интегрирована в квест.

- Профессиональную помощь в проведении экстремального квеста оказывал Полковник спецназа Юрий Пронин.
- На 8 000 м сплава было создано 90 уникальных чек-пойнтов с заданиями.
- Сценарий квеста и презентации проекта «Посейдон» были разработаны профессиональной командой авторов.
- В ходе прохождения квеста участники проводили химические опыты, ныряли с аквалангом и занимались раскопками с миноискателем.

ОСОБАЯ КОМАНДА
ИГРОТЕХНИКОВ «СПЕЦОТРЯД»



В ХОДЕ ПРОХОЖДЕНИЯ
КВЕСТА УЧАСТНИКИ
ПРОВОДИЛИ ХИМИЧЕСКИЕ
ОПЫТЫ, НЫРЯЛИ С
АКВАЛАНГОМ И ЗАНИМАЛИСЬ
РАСКОПКАМИ С
МИНОИСКАТЕЛЕМ



ОПЕРАЦИЯ «ПОСЕЙДОН»





Danfoss

www.danfoss.com

24 августа

«DANFOSS-CIRCUS»

Тема: Компания «Danfoss» отмечает день Проектировщика. Громко. С размахом.

Задача: Создать концепцию проведения праздника Компании «Danfoss». Реализовать задуманное.

Детали: 900 человек. Мужчины женщины 75/25. Готовы к экспериментам.

Решение: «Danfoss-circus»

Краткое описание: Да здравствуют магия, детство и настоящие эмоции! Только сегодня цирк им. Юрия Никулина на Цветном бульваре открывает свои двери только для клиентов Компании «Danfoss».

- Специально для Компании было показано «золотое» юбилейное выступление.
- Артисты цирка не только показывают, но и обучают сотрудников Компании «Danfoss» цирковому искусству.
- Для тематической встречи гостей был организован мини парад из 50 аниматоров.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
МАСТЕР-КЛАСС ОТ АРТИСТОВ
ЦИРКА



АРТИСТЫ ЦИРКА НЕ ТОЛЬКО
ПОКАЗЫВАЮТ, НО И ОБУЧАЮТ
СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ
«DANFOSS» ЦИРКОВОМУ
ИСКУССТВУ



«DANFOSS-CIRCUS»





www.intermedservice.ru

«НАШЕСТВИЕ ИМС»

Тема: По завершению двухнедельной конференции сотрудникам необходим отдых... Масштабный отдых.

Задача: Разработать концепцию и организовать массовое развлекательное мероприятие для сотрудников Компании «Интермедсервис». Концепция должна подразумевать различного рода перевоплощения и творческую активность от сотрудников.

Детали: 750 человек. 87% составляют женщины. Утонченные. Одухотворенные.

Решение: Нашествие ИМС

Краткое описание: яркая концепция взяла самое лучшее от хиппи вечеринки и музыкального фестиваля Woodstock (все, кроме наркотиков и массовых безумий). Инициативные группы участников выступали с музыкальными тематическими номерами в течении всего дня.

- 35 аниматоров.
- 600 литров алкоголя.
- 4345 тематических атрибутов события.
- 1 короткометражный фильм.
- Бесконечное количество эмоций.

13 июля

ТЫСЯЧИ ХИППИ МЕЛОЧЕЙ



СОЗДАНИЕ
КОРОТКОМЕТРАЖНОЙ
КАРТИНЫ



«НАШЕСТВИЕ ИМС»





www.itc-electronics.ru

20-23 июля

«ВОЗВРАЩЕНИЕ К ИСТОКАМ»

Тема: международной Компании ИТС исполняется 20 лет. Для празднования этого события, первые лица компании отправляются в Финляндию...

Задача: придумать и воплотить концепцию класса VIP для топ-менеджеров ИТС. Расписать интерактивную программу на три дня отдыха. Создать квест, отражающий историю и достопримечательности города Хамеенлина (Финляндия).

Детали: 20 руководителей. 20 лет компании. 1 шанс на победу в тендере ИТС ...

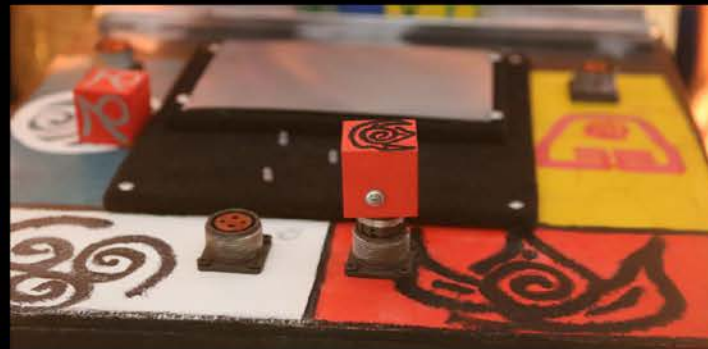
Решение: 20 храбрейших. Возвращение к истокам

Описание: Разработан трехдневный квест, который заканчивается костюмированным Гала-ужином. Все три дня пребывания связаны единым смысловым нервом.

По легенде, участники оказываются в круговороте времени, из которого они должны выбраться, найдя все артефакты и выстроив их в определенном порядке. Действие проходит на различных локациях: в развалинах замка, на старинных финских улочках, в hi-tech конференц-залах.

- Все этапы квеста прописывались индивидуально под Компанию ИТС, исходя из ее ценностей и миссии.
- Костюмы создавались специально для мероприятия.
- Над разработкой чек-пойнтов работали инженеры «Дозора»
- В квест интегрированы все особенности и традиции Финляндии – начиная с сауны, заканчивая фирменной ухой со сливками (оч. вкусно).

ВСЕ ЭТАПЫ КВЕСТА
ПРОПИСЫВАЛИСЬ
ИНДИВИДУАЛЬНО ПОД
КОМПАНИЮ ПТС, ИСХОДЯ
ИЗ ЕЕ ЦЕННОСТЕЙ И МИССИИ



ПОГРУЖЕНИЕ
В АТМОСФЕРУ ФИНЛЯНДИИ



«ВОЗВРАЩЕНИЕ К ИСТОКАМ»



HAYS

www.hays.ru

5-9 сентября

КОД ДОСТУПА «АЛАНИЯ»

Тема: ежегодная конференция сотрудников Международной Компании «Hays».

Задача: Страной проведения конференции в этом году была выбрана Турция. Организовать деловую и развлекательную часть съезда сотрудников. Придумать оригинальную форму интерактивов и экскурсионной программы в Алании.

Детали: 60 человек. Преимущественно женщины. Компания «Hays» была основана в Англии и занимается подбором кадров в мировом масштабе.

Самые важные особенности каждого сотрудника Компании «Hays» – пытливый ум и любознательность.

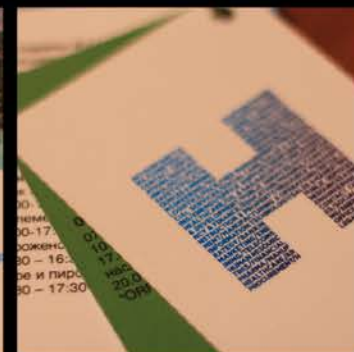
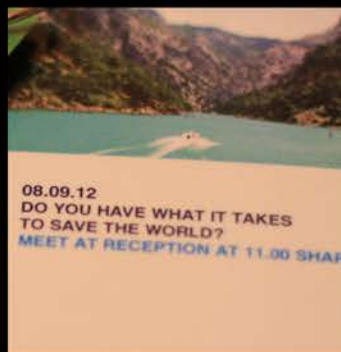
Решение: Код доступа «Алания». Протокол Hays

Описание: Составлен квест, все этапы которого направлены на получение новых знаний об обработке данных. Так как Компания была основана в Англии, квест был стилизован под тематику Бондианы.

И да хранит нас всех Королева.

- Создан самый высокотехнологичный квест за всю историю компании «Клюква» - лазерные сигнализации, приборы ночного видения, датчики движения, 3D голограммы и т.п.
- Атмосфера квеста начиналась еще на этапе заселения – на глазах у всех, к стойке ресепшн подходит стройный актер в смокинге и с чемоданом, из которого неожиданно высыпаются пачки долларов, паспорта и пистолет с глушителем.

ДИЗАЙНЕРСКОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ
КОНФЕРЕНЦИИ



ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ
ПЕРЕДОВЫХ КОМПАНИЙ



КОД ДОСТУПА «АЛАНИЯ»

ПРОТОКОЛ HAYS





Unilever

www.unilever.ru

31.07-01.08

«ПИОНЕРЛАГЕРЬ УНОСТЬ»

Тема: Одна из крупнейших Компаний-гигантов в мире переходит на новый формат диалога с подрядчиками. Организован всероссийский съезд отдела закупок. Unilever стремится быть первым во всем, поэтому тематика выбрана соответствующая – «Пионер всему пример»

Задача: Создать концепцию события, интегрировать лекции и обучающие программы в интерактивный формат. В тематической форме организовать знакомство отдела закупок между собой. Предать сухой конференции интерактивный формат.

Детали: 70 человек, преобладает прекрасный пол.

Решение: Пионерлагерь Уность

Краткое описание: довольно классическая развлекательная тема «пионеров» придумана с нуля и полностью адаптирована под идею слета «Partner to win». Мероприятие в стиле Пионерлагеря Уность было признано Компанией Unilever, как одно из самых ярких и продуманных за весь период деловых конференций.

- Создан уникальный квест, каждое задание которого прописывалось исходя из принципов «Partner to win» и сферы деятельности отдела закупок.
- Сотрудники собирали макулатуру, находя и соединяя в газетах тезисы о программе., закупали на советские рубли продукты, находя самый лучший и дешевый вариант и т.п.
- Все лекции проводились внутри зарницы (квеста), что обеспечило более продуктивную подачу информации.

СОВЕТСКИЕ ПЛАКАТЫ

С ИДЕЙНЫМИ ФРАЗЫМИ О ПРОГРАММЕ: «PIONEER TO WIN»



ГРУППА МОЛОДЫХ АКТЕРОВ
В РОЛИ ПИОНЕРВОЖАТЫХ



«ПИОНЕРЛАГЕРЬ УНОСТЬ»





Schneider
Electric

www.schneider-electric.com

25-27 июля

I'VE GOT THE POWER

Тема: очередной съезд региональных представителей Компании «Schneider Electric».

Задача: Подобрать площадку, осуществить логистику «круглых столов», организовать check in/out.

Детали: 160 человек, из которых 85% региональных представителей.

Решение: I've got the power

Краткое описание: организовано деловое мероприятие «Schneider Electric». Контроль каждого пункта, организация логистики, общий тайминг.

- Фирменный дизайн бейджей.
- Составление именных приглашений.

ДИЗАЙНЕРСКОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ
КОНФЕРЕНЦИИ



Уважаемый руководитель!
Компания Schneider Electric имеет честь пригласить от Вашей компании на Техническое обучение «I've got the Power!» специалиста

Специальность: Schneider Electric

Программа мероприятий:

- 17 апреля: с 17.00 выезд регионального представителя
- 18 апреля: 09.00 открытие, приветственное слово руководства Schneider Electric
- 10.00 - 19.00 учебный блок
- 12.00 - 13.30 обед
- 14.00 - 17.00 учебный блок
- 17.00 - 19.00 учебный блок
- 19 апреля: 09.00 учебный блок
- 10.00 - 16.00 обед
- 16.30 - 17.30 учебный блок

Темы обучающих семинаров:

Тематический блок	Оборудование
Распределение в автоматизации и энергетике АСУ и резервирование своего объекта	АВТ и SmartMix
Системы резервирования энергии Schneider	РедБлок
Узлы питания и резервирования Schneider	РедБлок, SmartMix

СТРУКТУРА ПЛОЩАДКИ



«I'VE GOT THE POWER»



FAVORIT F MOTORS

ВСЕГДА С ВАМИ С 1994 ГОДА

www.favorit-motors.ru



12 июля

«KIA EUROPE TOUR»

Тема: Компания «KIA» продолжает покорять Европу своими новинками, на этот раз на суд автолюбителям был представлен новый KIA Seed.

Задача: Создать и реализовать концепцию презентации автомобиля.

Детали: «автомобиль создан для Европы и в стиле Европы...» ©

«Автомобиль предназначен для людей, которые пересекают границы...» ©

Решение: «KIA Europe tour»

Краткое описание: Для маркирования target'a KIA seed было решено создать маленькую Европу внутри автоцентра. Каждая из пяти ярких европейских стран была обусловлена огромным трехстворчатым баннером. Все страны представляли собой подборку тематических интерактивных зон.

По периметру площадки расставлены фирменные указатели, благодаря которым каждый гость будет ориентироваться во всех интерактивных зонах.

- **Англия** – дегустация чая, настольный футбол, непоколебимый часовой.
- **Франция** – дегустация вин с опытным сомелье, мим, карикатурист.
- **Италия** – фотозона «Венеция», гонки на игрушечных болидах F1.
- **Голландия** – мастер-класс по изготовлению букетов и выпечке кексов
- **Германия** – губные гармошки, пиво, баварские сосиски и пышные официантки на мини Октоберфест

ТРЕХСТВОРЧАТЫЕ БАННЕРЫ
«ЕВРОПА»



ВИНОВНИК ПРЕЗЕНТАЦИИ:
KIA CEE'D



«KIA EUROPE TOUR»



FAVORIT  MOTORS

ВСЕГДА С ВАМИ С 1994 ГОДА

www.favorit-motors.ru



PEUGEOT

8 сентября

INSIDE THE BLUE

Тема: На рынке семейных седанов появился новый представитель - Peugeot 408

Задача: Организовать презентацию Peugeot 408, декорировать выставочный зал, подчеркнуть уникальность автомобиля.

Детали: презентационный цвет автомобиля синий, позиционируется, как высокотехнологичный семейный седан.

Решение: Inside the blue

Краткое описание: стильный синий цвет в этот вечер растекался в каждой детали. На пьедестале с гордо возвышается Peugeot 408.

- Модели в синих вечерних платьях разносят коктейли Monin Blue Curacao
- Сухой бассейн с 1000 синих стеклянных шариков
- Драпировка стен голубой тканью.
- 1 синий гость.

ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ
В МЕЛОЧАХ



PEUGEOT 408



«INSIDE THE BLUE»



The logo for OLMA, featuring the word "OLMA" in white capital letters inside a black rounded rectangle.

www.ol-ma.ru

26 июня

«ОЛМА – ВСЕ ВЫШЛИ ИЗ ДОМА»

Тема: Группа Компаний «Олма» развивает корпоративную этику, направленную на семейные ценности внутри компании.

Задача: создать концепцию летнего family day, реализовать развлекательную программу, отражающую ценности компании «Олма».

Детали: 100 человек, из которых 40 детей. Компания занимается строительством. Пожелание – связать программу с домом будущего.

Решение: Олма – все вышли из дома

Краткое описание: Среди дождливых серых дней, мероприятие выпало на единственный солнечный день в неделе, честно говоря, мы, как агентство профессионалов, тоже приписываем это себе, как достижение...)))

Теперь давайте серьезно.

- Каждое из испытаний является ценностью Компании, которые сотрудники и их семьи символически закладывают в фундамент дома будущего.
- Предварительно организован детский творческий конкурс, вющий в себя рисунки и поделки на тему «Дом будущего»
- В заключительной части квеста, сотрудники создавали дом из огромных деталей конструктора. Дом стал символом единства и устойчивости Компании Олма.

РАЗРАБОТАНА
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА, В КОТОРОЙ
СЕМЬИ ПРОХОДЯТ ИСПЫТАНИЯ
НА «ПОДДЕРЖКУ»,
«ВНИМАТЕЛЬНОСТЬ», «ЗАБОТУ»
И Т.П.
ЧЕК-ПОЙНТЫ АДАПТИРОВАНЫ
ПОД ВОЗРАСТ ОТ 4 ДО 90 ЛЕТ



ГРУППА > КОЛЛЕКТИВ > КОМАНДА



«ОЛМА – ВСЕ ВЫШЛИ
ИЗ ДОМА»





МОРЕ

П Л А З А

www.more-plaza.ru

23 июня

«М.О.Р.Е. ПЛАЗА - МОРЕ СЧАСТЬЯ!»

Тема: М.О.Р.Е. Плаза открывает новый паркинг - «Клюква» в помощь.

Задача: организовать открытие паркинга, показав все его возможности. Обеспечить площадку детскими аттракционами: сухой бассейн, надувной батут, мини замок и т.п.

Решение: М.О.Р.Е. Плаза - море счастья!

Краткое описание: обеспечение каждого пункта мероприятия на высоком уровне. Создание эксклюзивных ножниц с золотым напылением для торжественного разрезания ленты.

- Параллельно с основной программой, на детской площадке была задействована команда профессиональных аниматоров, поэтому взрослые смогли спокойно насладиться видами нового района.
- Любимый всеми крокодил Гена "строит" детскую площадку со своими маленькими друзьями, как в мультфильме. Дети в восторге. Гена тоже.

ДЕТСКАЯ ПЛОЩАДКА



ДЕТИ В ВОСТОРГЕ.
ГЕНА ТОЖЕ.



«М.О.Р.Е. ПЛАЗА»





Unilever
www.unilever.ru

2 июля

«ТЕРРИТОРИЯ БЕЗОПАСНОСТИ»

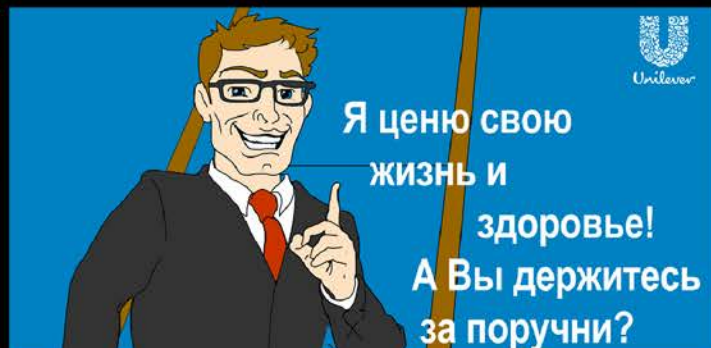
Тема: на заводе Компании Unilever в городе Тула полностью меняют оборудование. В связи с этим фактом, планируется провести масштабную акцию по технике безопасности для всего коллектива.

Задача: Создать единый стиль подачи информации по каждому из пунктов: обучающий фильм, плакаты, презентация. Все элементы нужно подать креативно, чтобы сухая информация легче воспринималась.

Решение: Unilever. Территория безопасности.

Краткое описание: Под единым дизайнерским решением создаются авторские плакаты, презентации и видеофильм. В интерактивной форме проведены обучающие программы и конкурсы для сотрудников.

ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПЛАКАТЫ



ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ В ДЕТАЛЯХ



«UNILEVER. ТЕРРИТОРИЯ БЕЗОПАСНОСТИ»





Unilever
www.unilever.ru

август

«КНОРРОМАНИЯ»

Тема: новый Knorr теперь выходит в желеобразной форме, пришло время Кнорромании...

Задача: каждый из 1700 человек Компании должен узнать о новом продукте, придумать общий конкурс для всех сотрудников. Организовать доставку сувениров по десяти регионам страны. Провести два мероприятия Friday's на последнем этаже Компании, организовать ряд выездных мероприятий для отдела продаж в регионах, обеспечить вирусное распространение в социальных сетях – в общем, работы непочатый край!

Детали: Учесть разность часовых поясов и специфику работы компании.

Решение: Кнорромания

Краткое описание: 1700 человек, 108 кг сувенирной продукции, 1,5 месяца акции, 2893 литра бульона Knorr, 8 093 Мб фотографий...

- Проект охватил основную часть России, к акции удалось привлечь 85% сотрудников компании (1500 человек)
- Сотрудники получили тематические посылки с брендированными атрибутами для фотоконкурса.
- Рекордный для России торт-желе, размером 2 м.



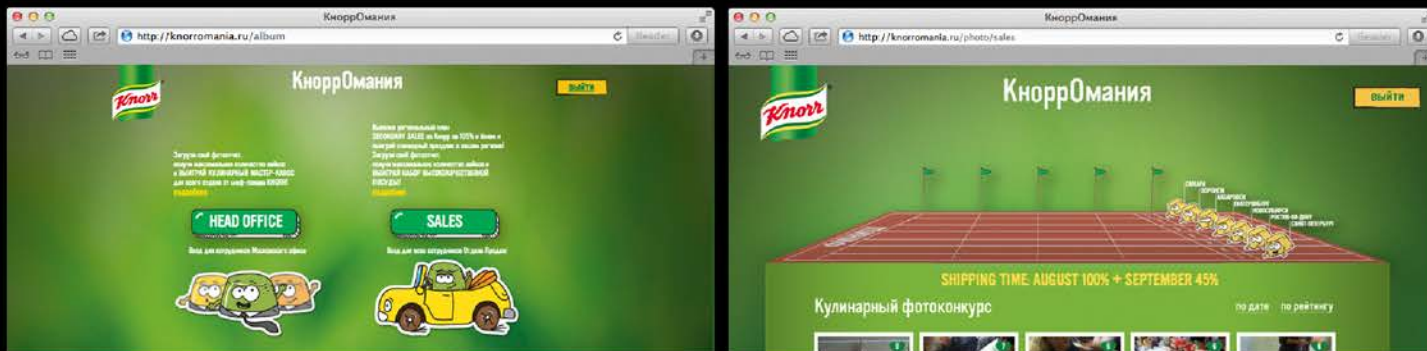
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ,
БРЕНДИРОВАНИЕ

МНОЖЕСТВО ЭЛЕМЕНТОВ, ВКЛЮЧАЯ SCREENSAVER



ФИРМЕННЫЙ САЙТ
КНОРРОМАНИИ

ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ АКТИВНОГО ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ
И ПЛАТФОРМЫ ВИРУСНОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ



«КНОРРОМАНИЯ»





Klukva Group Russia®

111024, Russia, Moscow, Niz. Susalny per., 5

Phone / Fax: +7 495 925 35 66

www.klukvagroup.com