



групп

SHOW

КЛИЕНТСКОЕ МЕРОПРИЯТИЕ

Вводные

Заказчик: А ГРУПП

Тип мероприятия: Мероприятие для клиентов и партнёров

Количество гостей: 65 чел.

Место проведения: ресторан-яхта «Чайка»

Подрядчики исполнителя:

- технический продакшн Акустик Дизайн Бюро
- режиссер-постановщик Николай Панасенко
- сценарист Анна Щукина
- в главной роли Александр Горелов
- художник по костюмам Марина Маро
- ведущий Стас Александров
- Организация квиз-игры Эйштейн party

Дата проведения: 15 мая 2019 года



Каков бриф?

Задачи проекта:

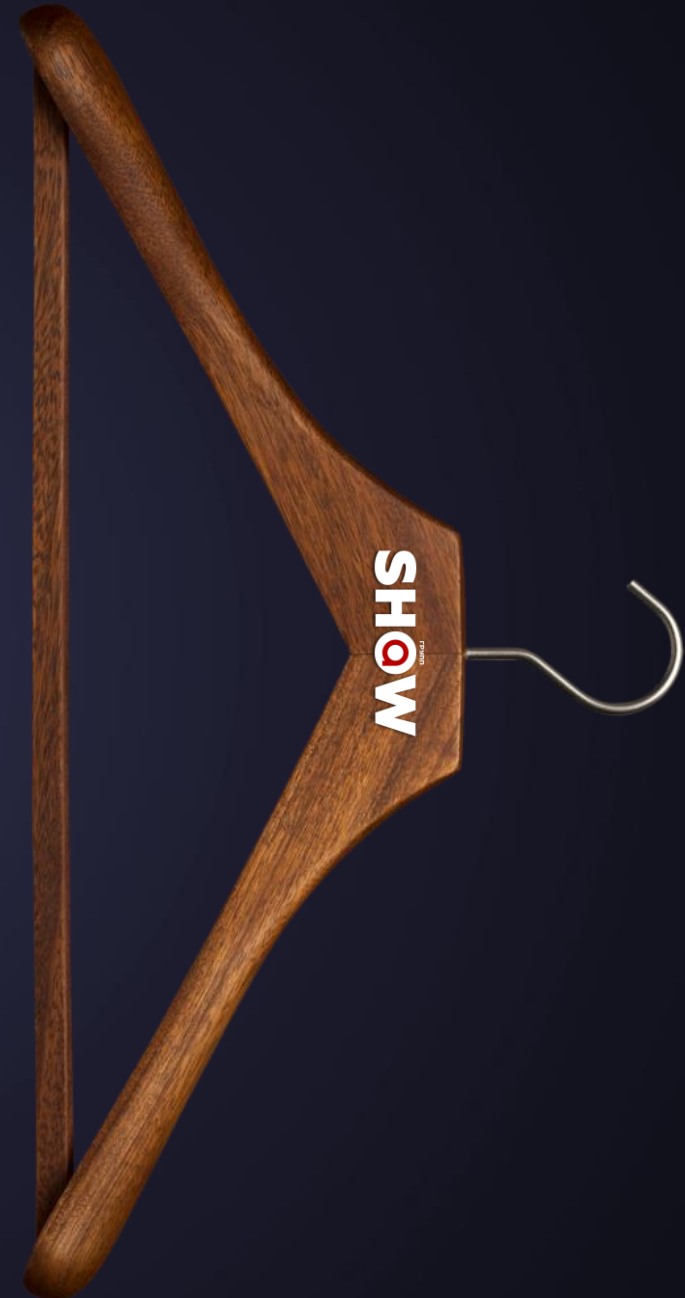
- Изменение позиционирования компании-заказчика внутри отрасли (от конкурента к партнёру)
- Знакомство гостей с сотрудниками компании и друг с другом.

Задача агентства:

- предложить необычную форму проведения стандартной бизнес-встречи

Решение должно:

- вызывать у гостя желание прийти именно на это мероприятие
- быть связано с темой театра
- включать активности на знакомство



ТЕАТРАЛЬНЫЙ УЖИН

SHOW

Таков и **креатив!**

Решение: концепция «A SHOW»

Центральное событие: иммерсивный
вербатим-спектакль

Суть концепции: бизнес-презентация
в необычном формате

Задача гостей: стать соучастниками
иммерсивного действия

ТВОЯ
ГЛАВНАЯ
РОЛЬ

Как это было реализовано?

Презентация прошла как моноспектакль в жанре вербатим. Монолог генерального директора был записан и переосмыслен драматургом. Актер произнес доверительный и общечеловеческий монолог в сопровождении живой музыки и контента на экране.



Как гости были вовлечены в действие?

Во время сбора гостей актёр в образе режиссёра раздавал зрителям карточки со словами, которые те должны были произносить в определённый момент спектакля, вступая в диалог с актёром. Это позволило вовлечь гостей и удерживать их внимание на протяжении всего спектакля.



Как познакомили и **объединяли** гостей?

Для установления эмоциональной связи между незнакомыми гостями была проведена интеллектуальная игра в тематике «История искусства»



Какие были сложности?

У гостей вечера был обширный выбор посещения альтернативных мероприятий, поскольку проект проводился в дни отраслевой выставки.

Это обязывало организатора заинтриговать потенциальных гостей на этапе приглашения, а затем оправдать ожидания пришедших



Что **получилось** в итоге?



Нажмите и увидите сами

Что об этом думает заказчик?

«...на сегодняшний момент, спустя 3 месяца после проведенного вечера показатели работы с компаниями, представители которых посетили наше мероприятие, выросли относительно прошлого периода...»

Анастасия Драцкая
Руководитель управления
маркетинговых коммуникаций

Благодарственное письмо

Уже много лет корпорация А ГРУПП сотрудничает с агентством. За время совместной работы у нас сложились теплые, дружественные отношения. Сегодня мы смело можем сказать, что – наш надежный партнер и соратник, поэтому, когда корпорации А ГРУПП предстоит решить сложную задачу и получить хороший результат, мы всегда обращаемся к нашим добрым друзьям в

В рамках реализации утвержденной годовой концепции, посвященной году театра в России, мы планировали провести закрытое Клиентское мероприятие. Идея заключалась в том, чтобы на вечере присутствовали гости, не знакомые друг с другом и с корпорацией А ГРУПП ранее. Также сложность проекта заключалась в амбициозной задаче обратить наших конкурентов в партнеров и убедить текущих Клиентов продолжать работать с корпорацией.

Идея, предложенная агентством, была новой и достаточно рискованной для реализации, учитывая специфику аудитории нашей отрасли. Суть предложения заключалась в том, чтобы рассказать о нашей корпорации в форме иммерсионного монолога актера театра. Вовлекая зрителей - наших гостей, в театральное представление и затрагивая внутренние глубинные инсайты людей одного поколения, актер рассказал о возможностях, которые мы вместе сможем реализовать, объединяясь и начав сотрудничать. Также актер ненавязчиво рассказал гостям об упущенных возможностях и последствиях, которые ждут всех нас в случае, если мы не будем поддерживать друг друга.

На наш взгляд, именно эта идея стала ключевым и решающим фактором в принятии решения о дальнейшем сотрудничестве с

На сегодняшний момент, спустя 3 месяца после проведенного вечера показатели работы с компаниями, которые посетили наше мероприятие, выросли относительно прошлого периода. С теми компаниями, с которыми ранее не велась работа, мы заключили партнерские договорные отношения.

Конечно, нам еще предстоит много работы после мероприятия. Корпорацией А ГРУПП был разработан план коммуникаций по ведению данных клиентов. В данный момент происходит стимуляция и поддержание интереса наших гостей согласно утвержденному плану.

Мы уверены в успехе любого нашего начинания, когда за дело берутся профессионалы, проверенные временем.

Руководитель управления
маркетинговых коммуникаций



Анастасия Драцкая