

AdCash Fyre Festival

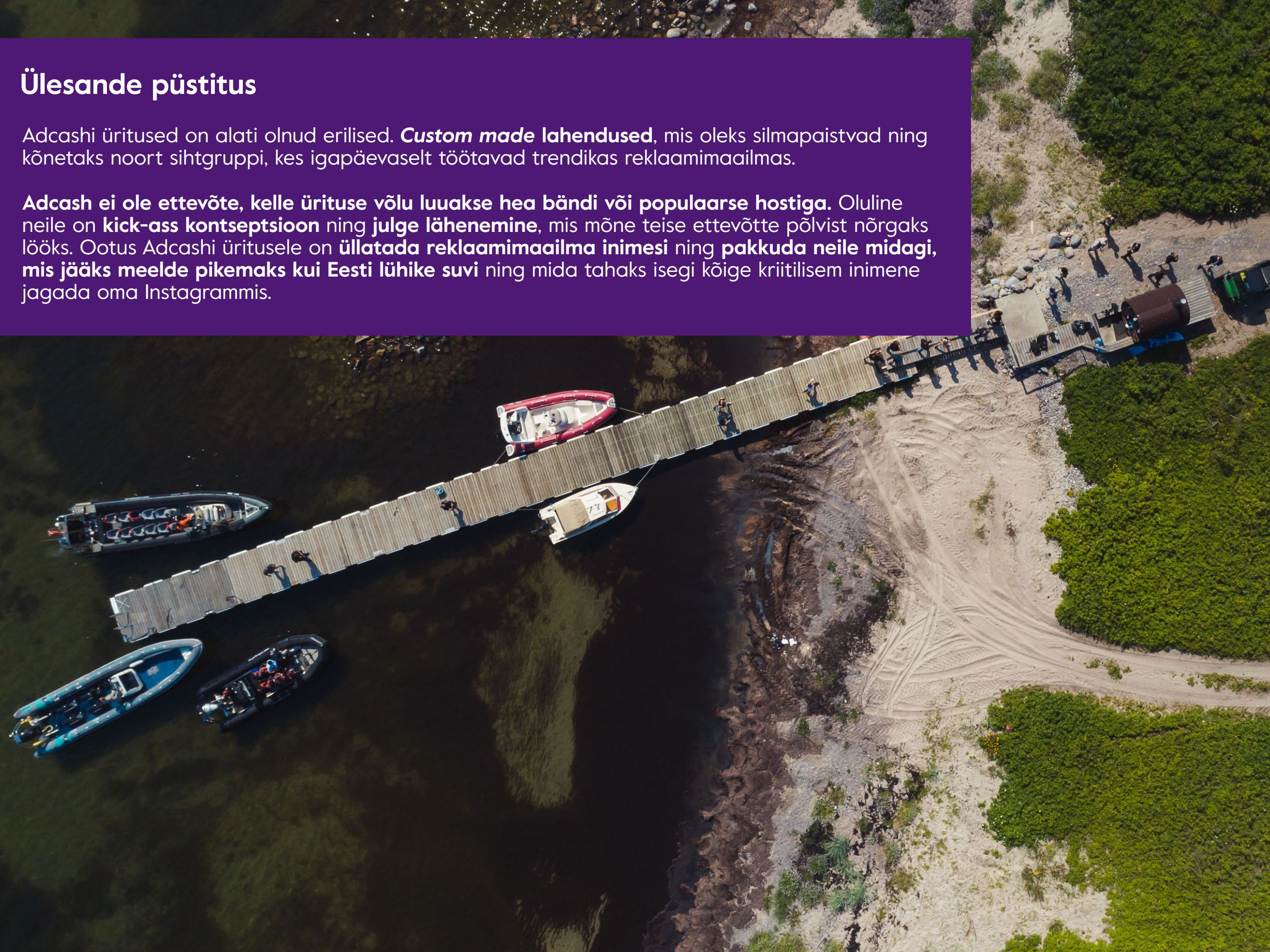
Case study



Ülesande püstitus

Adcashi üritused on alati olnud erilised. **Custom made lahendused**, mis oleks silmapaistvad ning kõnetaks noort sihtgruppi, kes igapäevaselt töötavad trendikas reklaamimaailmas.

Adcash ei ole ettevõtte, kelle ürituse võlu luuakse hea bändi või populaarse hostiga. Oluline neile on **kick-ass kontseptsioon** ning **julge lähenemine**, mis mõne teise ettevõtte põlvist nõrgaks lööks. Ootus Adcashi üritusele on **üllatada reklaamimaailma inimesi** ning **pakkuda neile midagi, mis jääks meelde pikemaks kui Eesti lühike suvi** ning mida tahaks isegi kõige kriitilisem inimene jagada oma Instagrammis.



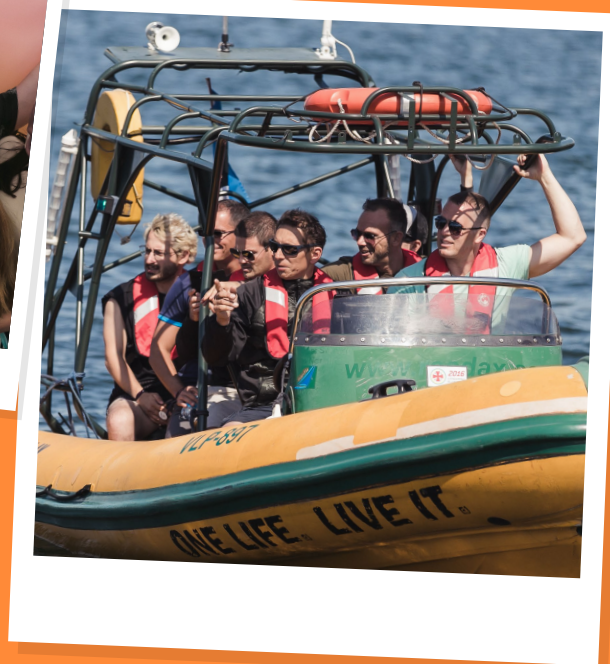
Elluviimise kirjeldus

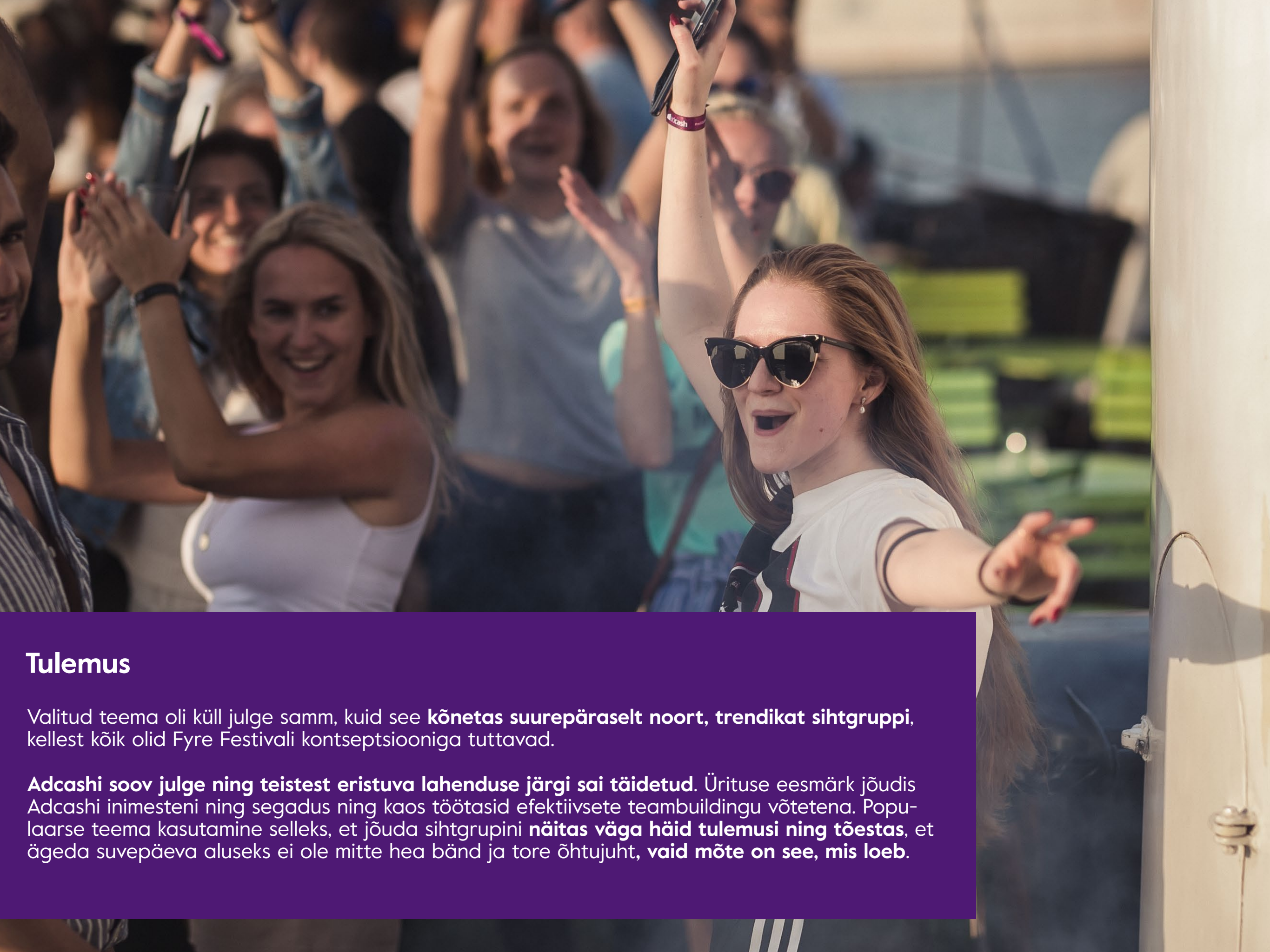
Iga aasta enne Adcashi suveüritust seisame küsimuse ees, et kas loovlahenduse idee on äkki liiga julge? See aasta pigistasime silma kinni ning otsustasime vooluga kaasa minna. Pitchisime kliendile ideed, mille nimi ütles üritusest juba kõik. **Pakkusime teadlikult kliendile Fyre Festivali kontseptsiooni oma võlude ning valudega.**

Otsustasime võtta kõige tabuma ürituse üritusturundus- ning festivaliv maailmast ning tegime selle teadlikult enda omaks. **Kasutasime Fyre festivali kommunikatsioonivõtteid** juba eelkommunikatsioonis, kutsudes inimesi teadlikult maailma enim pekki läinud üritusele.

Korraldasime inimestele võimalikult **Fyre festivali laadse ürituse**, koos hilinevad veesõidukite ning purunenud lootustega. Viisime inimesed Eesti oma väikesele paradiisisaarele, Naissaarele, ning korraldasime seal **uuel levelil teambuilding tegevuse**. **Kasvatasime tiimi ühtsustunnet läbi kaose**, sest negatiivsed emotsioonid ühendavad inimesi samamoodi nagu positiivsed.

Et üritus täielik pettumus poleks, otsustasime kulminatsioonina keerata ürituse kogu tonaalsuse pahupidi ning **lõpetasime positiivsetel nootidel** - ägeda peoga laeval ning mõnusa õhtusöögiga.





Tulemus

Valitud teema oli küll julge samm, kuid see **kõnetas suurepäraselt noort, trendikat sihtgruppi**, kellest kõik olid Fyre Festivali kontseptsiooniga tuttavad.

Adcashi soov julge ning teistest eristuva lahenduse järgi sai täidetud. Ürituse eesmärk jõudis Adcashi inimesteni ning segadus ning kaos töötasid efektiivsete teambuildingu võtetena. Populaarse teema kasutamine selleks, et jõuda sihtgrupini **näitas väga häid tulemusi ning tõestas**, et ägeda suvepäeva aluseks ei ole mitte hea bänd ja tore õhtujuht, **vaid mõte on see, mis loeb.**