

Creatieve bureaus creëren samen met Nederlandse artiesten interactieve show voor verbinding met medewerkers

Creatieve bureaus iQ Events en Arling bedenken een nieuwe digitale show voor personeel en zakenrelaties als alternatief voor de jaarlijkse bedrijfsbijeenkomsten. Dit digitale en custom-made evenement moet een veelvoorkomend probleem in de markt oplossen, sinds de coronamaatregelen thuiswerken tot de norm hebben gemaakt. Het najaar of de start van het jaar is vaste prik om met de hele organisatie de doelen en ambities voor komend jaar te bespreken. Door de nieuwe aangescherpte maatregelen is dit voor bedrijven niet meer mogelijk. Met het digitale format genaamd 'Once Upon A Concert' bieden de bureaus de helpende hand om bedrijven vanuit huis toch in verbinding te brengen.

Once upon a concert is een interactieve tv-show met bekende Nederlandse artiesten, dat dit najaar en begin 2021 wordt aangeboden aan Nederlandse bedrijven. De jaarlijkse evaluatie wordt hiermee digitaal aangeboden, in combinatie met een concert. Deze line-up is door bedrijven zelf samen te stellen en wordt aangevuld met gepersonaliseerd programma van het bedrijf dat de show afneemt.

De gezamenlijk doelen en ambities voor 2021 op inspirerende manier delen met de hele organisatie, is met de huidige coronamaatregelen voor veel bedrijven een behoorlijke opgave. Dit digitale format is een manier om dit voor elkaar te krijgen. Daarnaast kan dit format worden aangepast zodat het ook voor klantrelaties kan worden ingezet. Hiervoor geldt ook dat dit nu veel moeizamer verloopt dan normaal.

“Wij zijn ontzettend blij dat we bedrijven met Once Upon A Concert in deze rare tijd toch kunnen laten samenkomen”, vertelt Imre van Leeuwen – eigenaar van de initiatiefnemende bureaus. De initiatiefnemers handelden naar eigen zeggen vooral oplossingsgericht. “De verbinding met de medewerkers en onderling dreigt na al die maanden thuiswerken te vervagen. Collega’s zien elkaar wel tijdens het videobellen, maar teambuilding is er echt niet bij. Wij willen dat probleem met Once Upon A Concert oplossen. Dit event draait om teambuilding en saamhorigheid”, aldus Imre.

Een belangrijk onderdeel van het digitale format is dan ook dat medewerkers en klantrelaties vanuit huis onderdeel van deze digitale bijeenkomst. Zij kijken niet alleen, maar zijn echt actieve deelnemers. Vanuit huis kunnen medewerkers met elkaar in een live chatbox praten over de show en bijvoorbeeld ook deelnemen aan een online game.

Met dit concept willen de bureaus ook een maatschappelijke bijdrage leveren aan gezinnen die het extra moeilijk hebben. Ze hebben daardoor een samenwerking met de Linda Foundation gezocht en als goede doel gekoppeld aan het concept. Van ieder concert dat wordt afgenomen, schenken de bureaus €500,- aan deze foundation die gezinnen in Nederland steunt die onder de armoedegrens leven. Naast deze donatie, maken zij ook een eigen show voor de Linda Foundation. Elke stream die door bedrijven wordt afgenomen, wordt hiermee gedoneerd aan een gezin aangesloten bij de Linda Foundation.

De maatregelen die voortkomen uit COVID-19 raakt veel bedrijven niet alleen financieel. De meestal feestelijke najaarsreflectie is belangrijk voor de interne verbinding tussen collega’s en het uitspreken van de gezamenlijke doelen en ambities. Voor bedrijven met meer dan 30 medewerkers is het nagenoeg onmogelijk om een bijeenkomst te organiseren.

Meer informatie over Once upon a concert op www.onceuponaconcert.nl



ARLING B.V.

BUITENWATERSLOOT 333

2614 GS DELFT

0174 44 54 74

INFO@ARLING.NL

BTW NL8155.01.511.B01

IBAN NL79 RABO 0323204864

BIC RABONL2U

KVK 27172449

ARLING IS LID VAN
BRANCHEVERENIGING IDEA

arling.nl