

ПОТОК ПОЗИТИВА

● ● eventsplus


GOLDSTREAM

Goldstream & Eventsplus

,

!

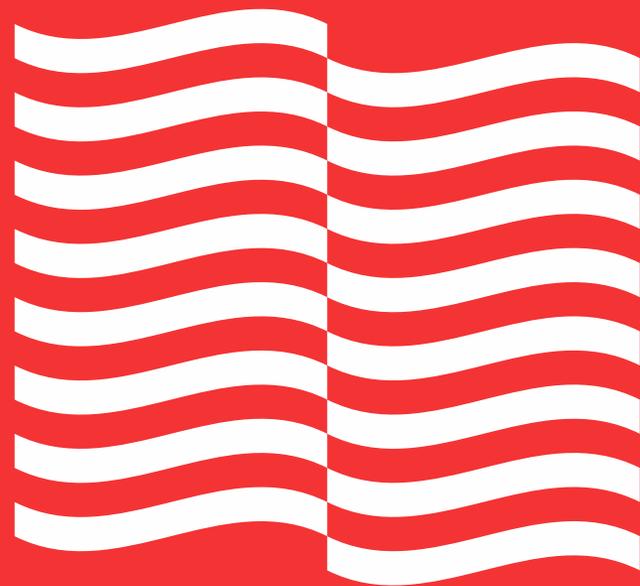
.

Мы работаем с 2005 года

Мы не стремимся организовать единоразовые мероприятия —
мы рассчитываем на долгосрочное сотрудничество

Работаем не на поток, а индивидуально

Мы работаем не с брифом, а с клиентом, именно по этому
99% наших клиентов становятся постоянными



eventsplus



G O L D S T R E A M



ПРОЕКТЫ

eventsplus



GOLDSTREAM





ХОУМ БАНК

Конкурс бизнес-инициатив от Хоум Банка

Количество гостей: **3000 человек**

Место проведения: **5 сессий в Москве, Санкт-Петербурге и финал Сочи**

Основная цель

- Улучшить существующие сервисы
- Сделать Хоум Банк привлекательней и удобнее для клиентов
- Создать новые продукты с помощью инициатив сотрудников банка

Задачи:

- Собрать лучшие продуктивные идеи
- Создать новые продукты и усовершенствовать существующие
- Разработать инновационные решения для развития бизнеса
- Дать возможность сотрудникам банка продвигать ценность предпринимательства
- Свобода реализации самых смелых идей

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)





За все время подготовки я провела тысячи часов в зуме, общаясь с командами из разных городов. Некоторые участники встретились на площадке в офлайне впервые. В этом проекте я выступала и режиссером, и продюсером. Моя задача как режиссера была поставить 87 выступлений команд, недублирующих друг друга. Каждый номер

я режиссировала отдельно, подбирала фонограммы, костюмы, реквизиты, прорабатывала возможность привлечения профессиональных артистов, чтобы максимально выделить таланты и особенности наших участников. С точки зрения продюсирования важно было собрать лучшую команду специалистов, которые бы смогли найти подход к каждому сотруднику. В конечном итоге удалось организовать фееричное, динамичное и максимально эмоциональное шоу, которое навсегда останется в памяти у участников.



НАТАЛЬЯ АВДЕЕВА,

Организатор, продюсер,
режиссер и генеральный
директор агентства
Голд Стрим



ХОУМ БАНК

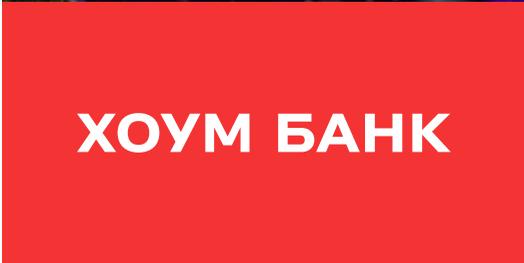
Решение:

- 87 команд-участниц работают над проектами с поддержкой кураторов направления
- Сотрудник любого грейда имеет возможность предложить идею и получить команду для её реализации
- Любые ресурсы банка доступные каждой команде: деньги, время профильных специалистов кросс-функциональной команды



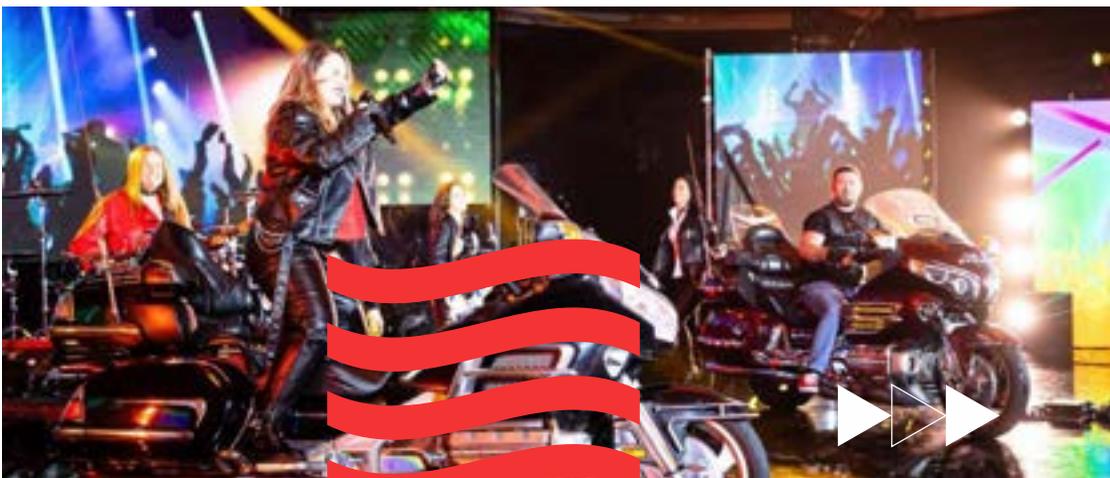
Результаты

- Более 2000 участников
- 87 проектов и 87 шоу-номеров
- 20 проектов-победителей, принесших банку ощутимую прибыль
- Участники со всей России
- Онлайн-трансляция мероприятия на 9000 человек





ФИНАЛ Сочи





ХОУМ БАНК

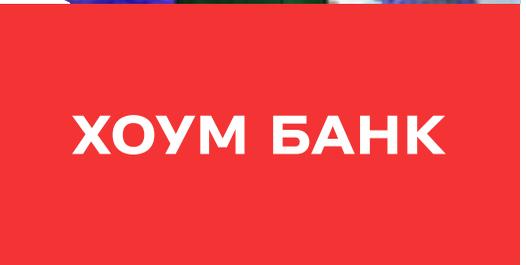
Новогоднее мероприятие 2022

Количество гостей:
1000 человек

Место проведения:
Москва

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)







ХОУМ БАНК

Подведение итогов 2023 года

Количество гостей:
1000 человек

Место проведения:
Москва

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)





ХОУМ БАНК





Стратегическая сессия компании IPSEN 2024

Количество гостей:
400 человек

Место проведения:
Москва

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)





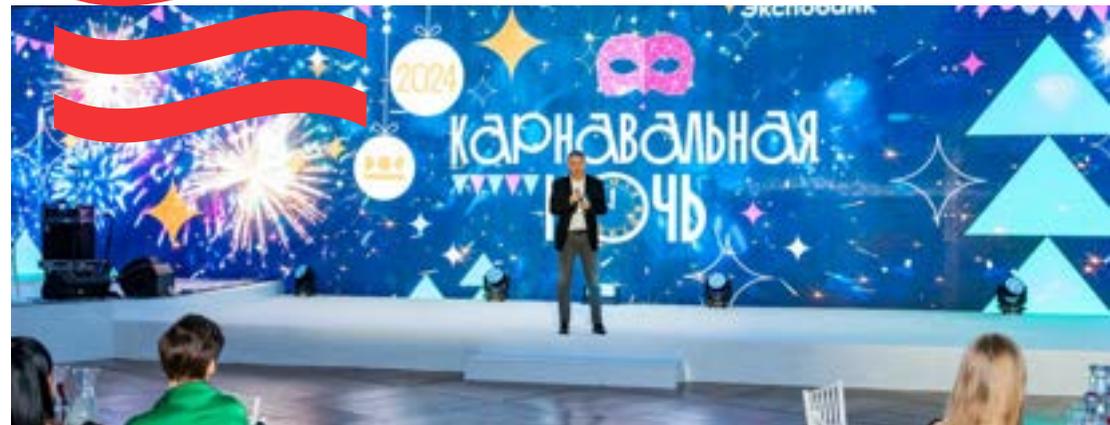


Подведение итогов 2023 года

Количество гостей:
500 человек

Место проведения:
Москва







Конференция и кулинарный тимбилдинг для компании IPSEN

Место проведения:
Москва







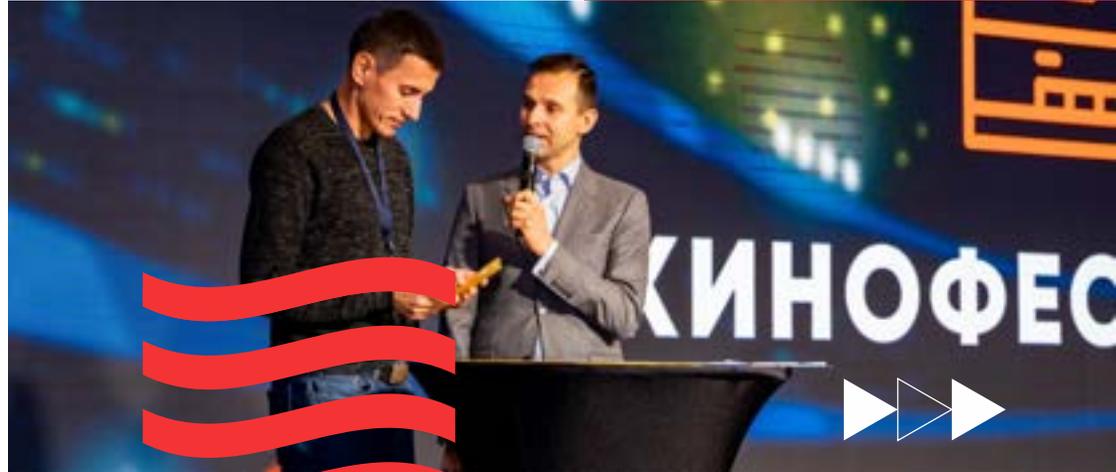
Стратегическая сессия и Кино тимбилдинг

Количество гостей:
500 человек

Место проведения:
Москва

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)







Форум Эстетической медицины 2022

Количество гостей:
350 человек

Место проведения:
Москва

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)







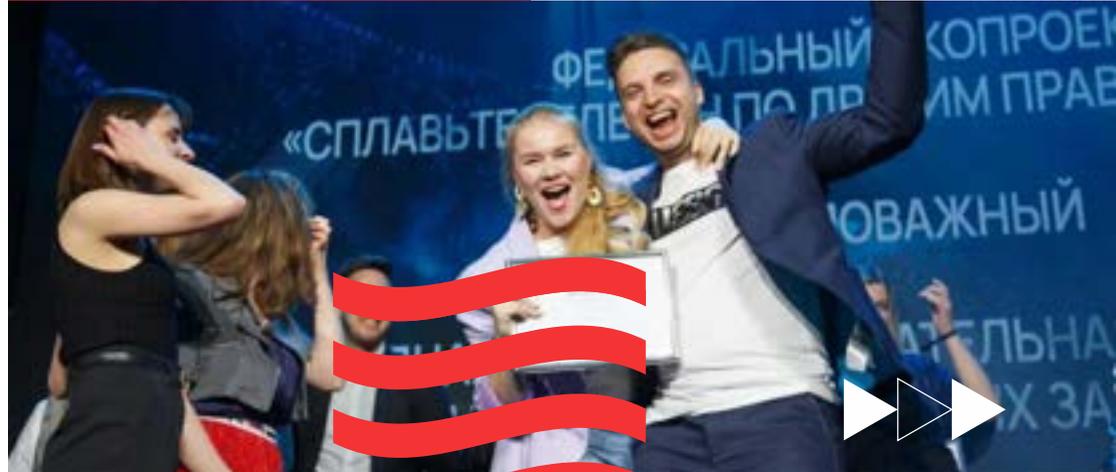
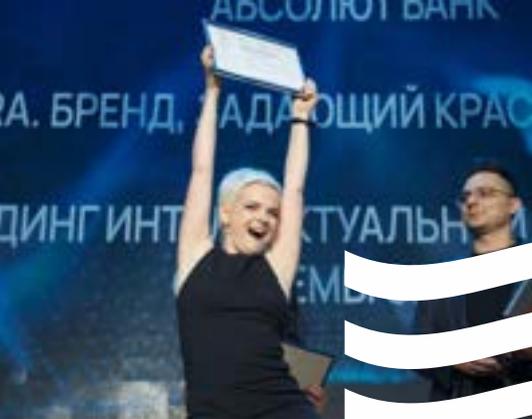
Silver Mercury

Организация и режиссура примии Silver Mercury

Место проведения:
Москва

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)







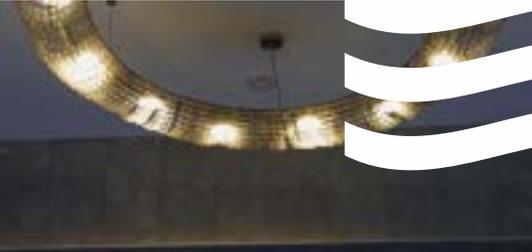
LEADERS AWARDS

Организация и режиссура премии Leaders 2022

Место проведения:
Москва

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)





LEADERS AWARDS





Best Experience Marketing
Awards 2019

bema!

1 МЕСТО

«Лучшее выездное мероприятие 2019»
для компании AVON



AVON

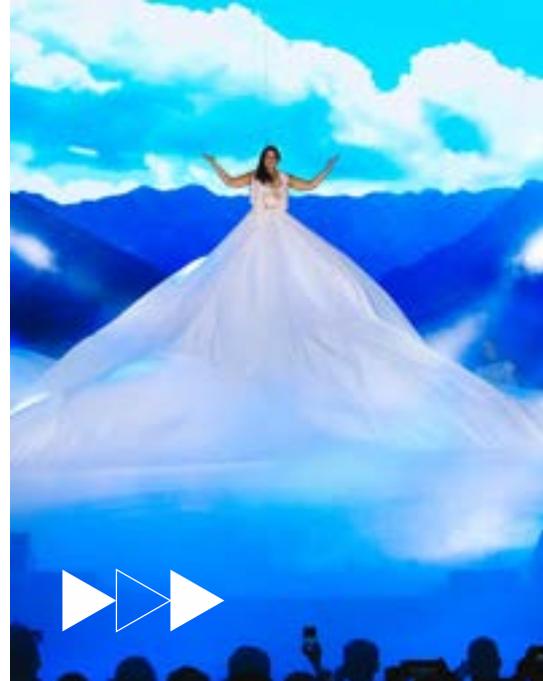
Конференция компании «Avon» в Афинах

22 августа 2019 года в Афинах прошла уникальная юбилейная конференция компании «Avon», отмечающей 25-летие присутствия в России. 1000 прекрасных женщин отправились в столицу Греции, чтобы отметить очередной успех компании и наметить планы на будущее.

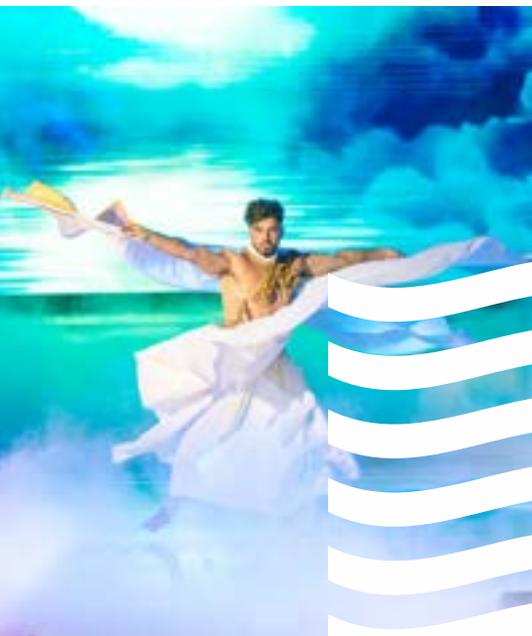
Задача:

Провести юбилейную конференцию «Avon» на 1000 участников со всей страны и торжественный гала – ужин в один день. На гала-ужин специально для богинь «Avon» был приглашён легендарный Томас Андерс.





AVON



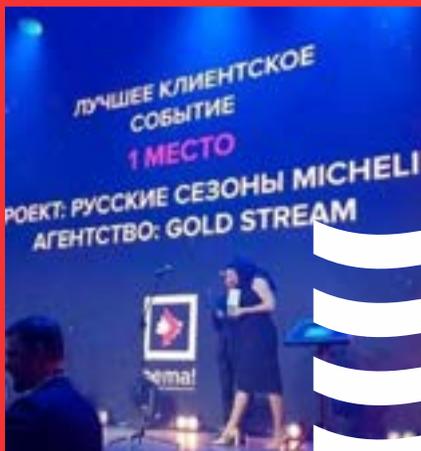


Best Experience Marketing
Awards 2018

bema!

1 МЕСТО

«Лучшее выездное мероприятие 2019»
для компании Michelin



Компания Мишлен отмечает 110 лет в России

В связи с этим событием была намечена серия мероприятий. Агентство Gold Stream предложило единую концепцию для всех мероприятий «Русские Сезоны Мишлен — 110 лет в России. Искусство Безопасности на дорогах».

Обоснование концепции:

Аудитория «Мишлен» – это хорошо образованные, культурные люди широкого мировоззрения. Для таких людей «Русские сезоны» ассоциируются с Парижем, с Францией, с Дягилевым, с самым прогрессивным и ярким современным искусством, которое Дягилев привозил в Париж. В тот момент Дягилев собирал всё самое модное и прогрессивное. Это была прогрессивная музыка, модные постановки, новые художники. И эти «Русские сезоны» имели невероятную популярность. Мы проводим параллель между высоким Русским искусством и высоким искусством создания шин компанией Мишлен. Мы проводим параллель между «Русскими Сезонами» и сезонностью шин. Шины меняются в летний сезон и в зимний сезон. Поэтому название «Русские сезоны MICHELIN» как никогда ярко отражают всю суть данного проекта. Россия 110 летназад, открыла для себя способные дарить комфорт, безопасность и титулы чемпионов любителям автомобильной езды. Так начались «Русские сезоны MICHELIN».

[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)

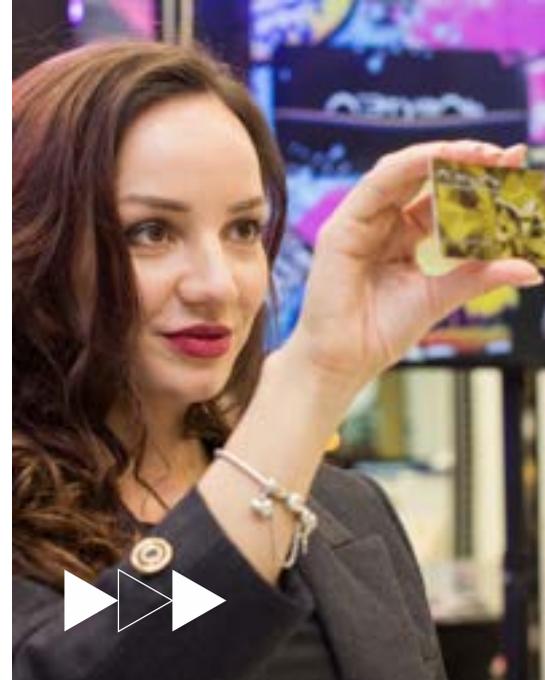






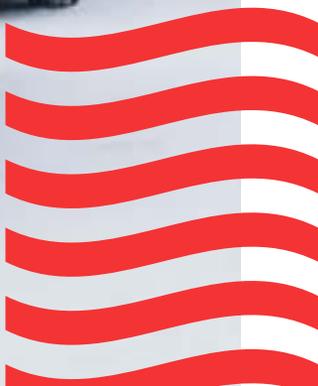
**Открытие новых магазинов компании
Л'Этуаль, серия мероприятий в разных
городах России**





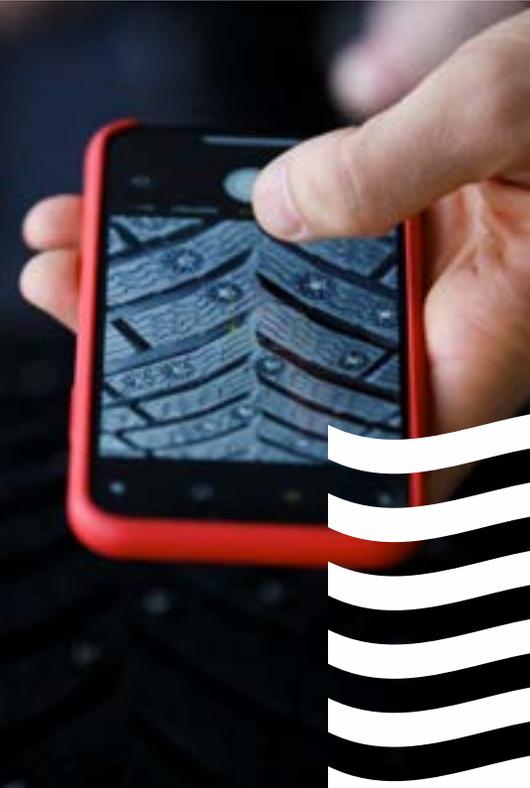


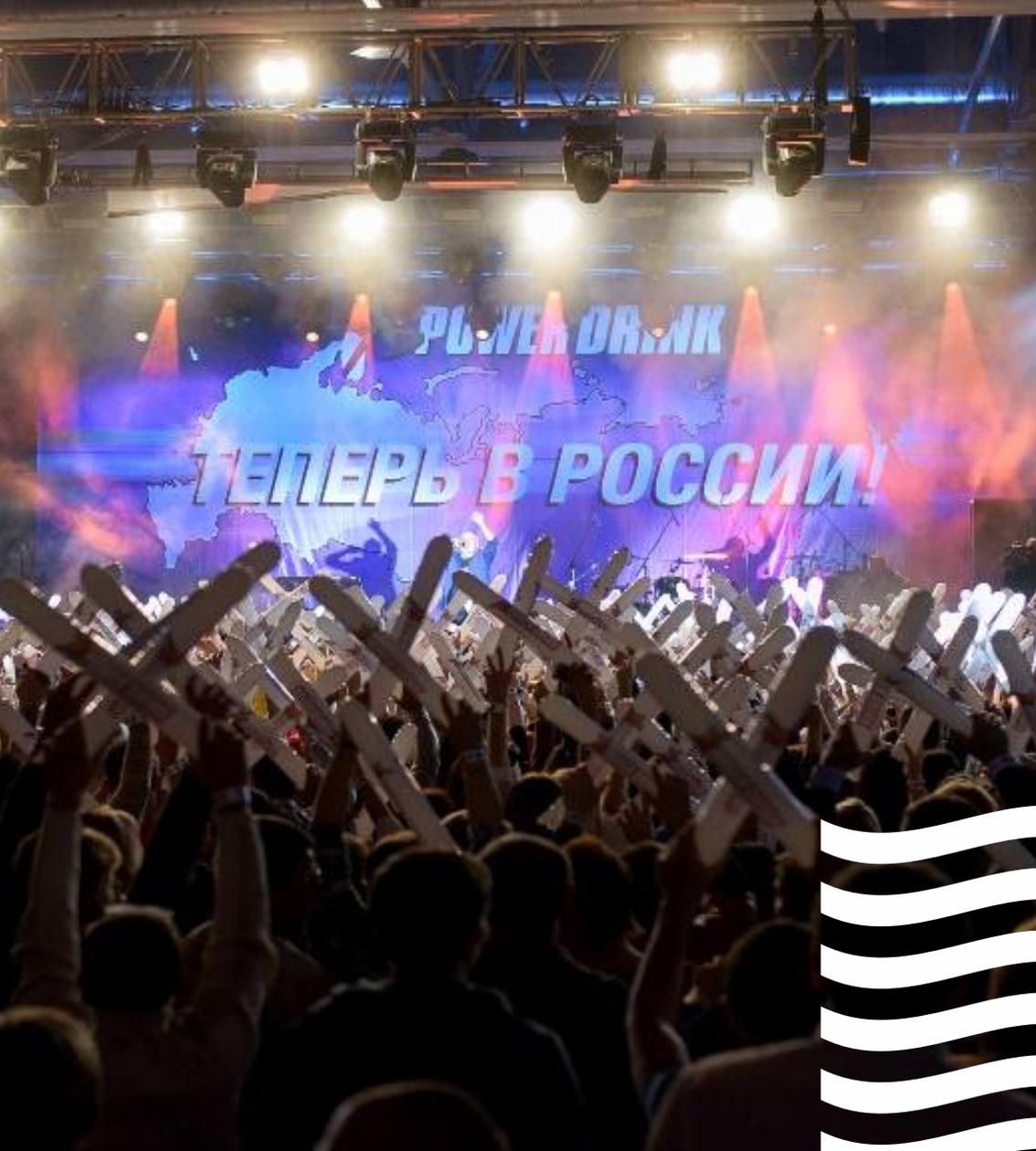
Тест-драйв, вывод на рынок уникальных шин Michelin X-Ice North 4, город Санкт-Петербург



[ВИДЕО О ПРОЕКТЕ ЗДЕСЬ](#)







Вывод на российский рынок торговой марки компании Amway-XS™ Power Drink

Количество гостей: 12 000 человек

Место проведения: Екатеринбург, Новосибирск, Ростов, Казнь

Задачи:



- Организовать событие посвященное выводу на российский рынок нового продукта компании Amway — тонизирующего напитка Xs™ Power Drink.
- Мотивировать и повысить лояльность целевой аудитории к бренду.
- Промотирование бренда.

Решения:

- Организован танцевальный фестиваль Xsensation в 4-х крупнейших городах России (Екатеринбург, Ростов, Казань, Новосибирск).
- Всего мероприятие посетило более 12000 человек.
- Все зоны, оформлены и видео сопровождены работали на промотирование бренда как в явной, так и в завуалированной форме.





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

**«New wave disco» — ежегодное мероприятие,
посвященное подведению итогов года**

Количество гостей: **800 человек**

Место проведения: **Москва**

Задачи:



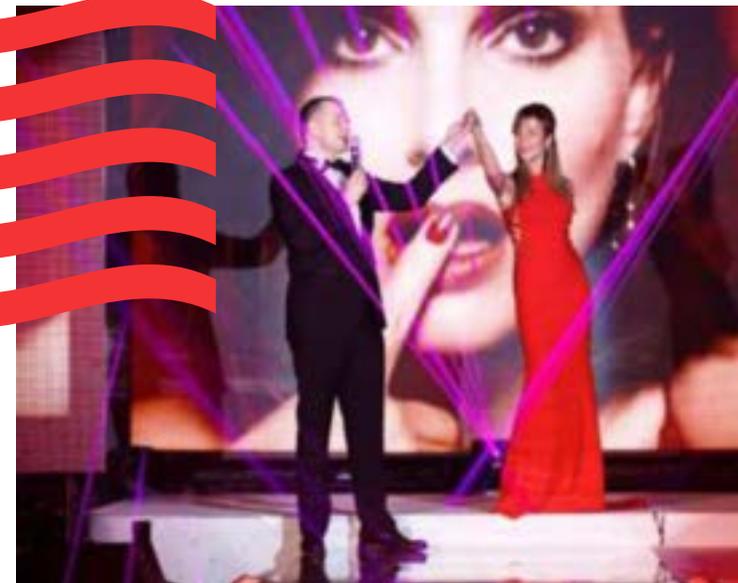
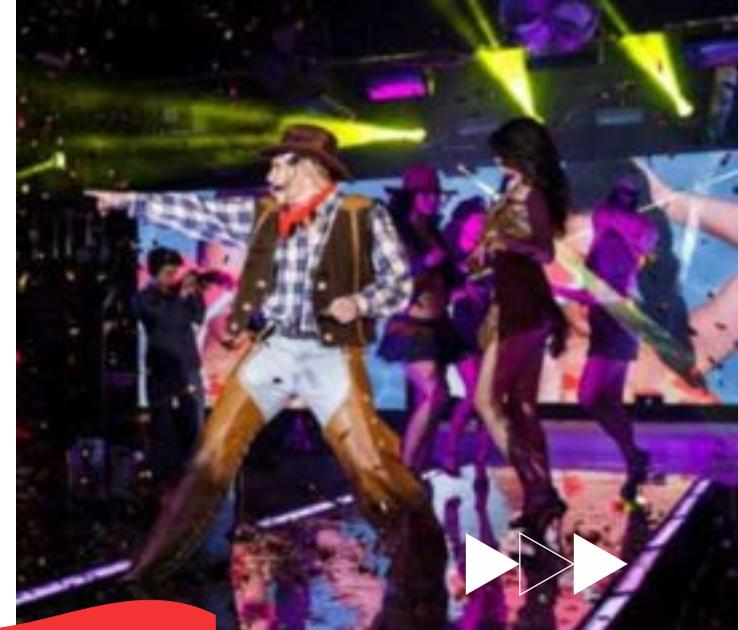
- Повысить лояльность сотрудников к работодателю.
- Создать информационный повод и мотивацию для вовлечения в подготовку к мероприятию наибольшего числа сотрудников.

Решение:

Проведен кастинг на участие в шоу номерах программы. Отсмотрено более 350 человек. Создано шоу, состоящее из 20 номеров с участием сотрудников: вокальные, хореографические арт-постановки, над которыми работали именитые хореографы, вокалисты, музыканты, аранжировщики и модельеры.




BRITISH AMERICAN
TOBACCO





Тест-драйв шин для компании Мишлен

Количество гостей: **300 человек**

Место проведения: **Москва, Гребной канал**

Задачи:



- Продемонстрировать значимую роль шины в зимнем вождении (давление в шине, влияние на поведение автомобиля).
- Дать посетителям более глубокие знания в области зимнего вождения, что позволит в дальнейшем получать больше удовольствия от вождения зимой.
- Повысить лояльность Клиентов к бренду.

Решения:

- Для проведения мероприятия выбрана уникальная локация Москвы — Гребной канал.
- Трассы для проведения тест-драйва были проложены на льду, что позволило наиболее эффективно продемонстрировать все преимущества шин Michelin.







Мероприятие для ритейлеров. Яхтинг

Количество гостей: **230 человек**

Место проведения: **Сочи**

Задачи:



В рамках ребрендинга необходимо провести развлекательное ненавязчивое мероприятия для ключевых партнеров компании, анонсировать новую стратегию развития бизнеса, рассказать о новых условиях сотрудничества, повысить лояльность.

Решения:

Выбрана локация с комфортным климата (в Москве на момент проведения было 9 градусов тепла, а в Сочи — 25). Яхтинг — спорт для людей любого уровня подготовки. В экипаже яхты комфортно взаимодействуют незнакомые между собой люди, нарабатываются позитивные связи. После яхтинга был проведен банкет в ресторане «Sanremo», где были презентованы основные сообщения и стратегия.



 **kraft foods**
make today delicious





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

Вывод на рынок новых сигает KENT

Количество гостей: **600 человек**

Место проведения: **Москва**

Задачи:



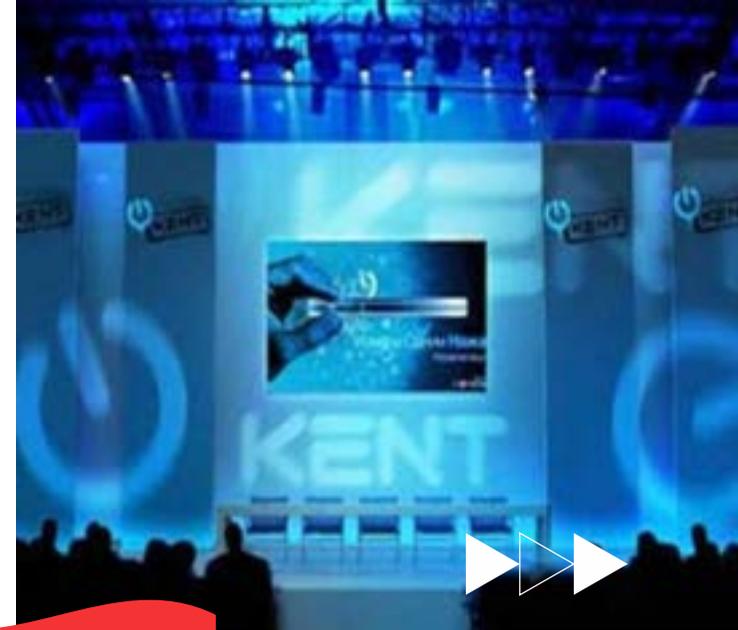
- Проведение презентации новых сигарет Kent, информирование аудитории о преимуществах нового продукта.
- Повышение лояльности потенциальных клиентов к продукту и привлечение покупателей.

Решение:

Проведена масштабная презентация в ходе которой был показан специально созданный лазерный ролик, отображающий ключевые информативные визуалы о продукте. Фишкой мероприятия стало масштабное 3-D mapping шоу.




BRITISH AMERICAN
TOBACCO





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

Командообразующее мероприятие для отдела РКА компании BAT Russia

Количество гостей: **30 человек**

Место проведения: **Подмосковье**

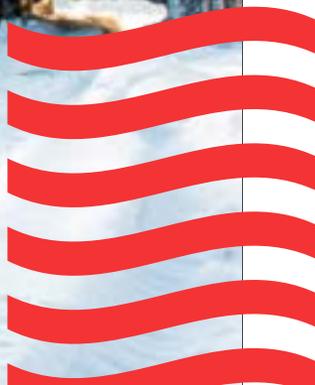
Задачи:

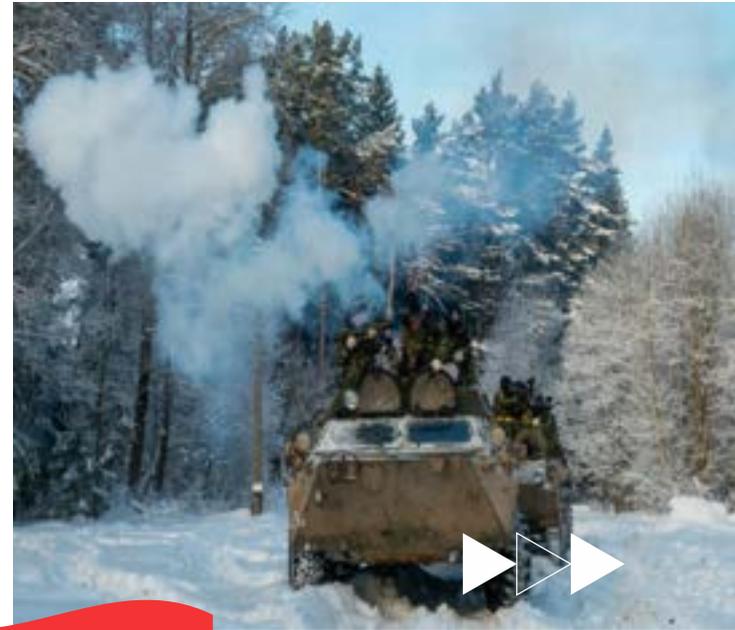


- Повысить навыки слаженной работе в единой команде, повышение корпоративной ответственности.
- Распределение обязанностей.
- Проявление лидерских качеств.
- Стратегическая коммуникация.

Решение:

Тимбилдинг в стиле милитари, с использованием настоящей бронетехники и пневматического оружия.







Стратегическая сессия для сотрудников, ребрендинг

Количество гостей: **2000 человек**

Место проведения: **Москва**

Задачи:



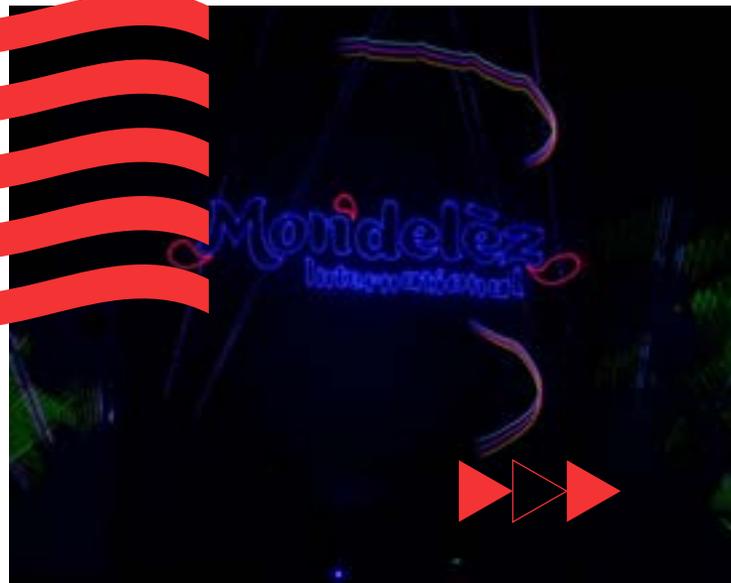
- Раскрыть для сотрудников новую философию бренда, ценности. Участники должны «прожить» их во время мероприятия. Необходимо через активации донести их суть.
- Провести break-out сессии, направленные на генерацию бизнес-идей в рамках новой философии на 2000 человек по группам.

Решения:

- Все мероприятие по рассадке Гостей и логике — это и есть стратегический Глобус ценностей Mondelez!
- Для то о, чтобы интегрировать миссию компании «Create delicious moments of joy», мы по роили программу на основе нестандартных презентаций сотрудников, в том числе Top Team: вокальные и танцевальные номера, видеоинсталляции, лазерное шоу, 3D mapping.
- Промотирование ценно ей так же осуществлялось через интерактивные зоны мероприятия.
- Break-out сессии провели 100 тренеров. Залы МДМ были разделены на сектора стойками с номерами групп.



 **kraft foods**
make today delicious





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

«Hippie Party New year party» — ежегодное мероприятие, посвященное одведению итогов года. Концерт с участием сотрудников, костюмированное шоу

Количество гостей: **800 человек**

Место проведения: **Москва**

Задачи:



- Повисить лояльность сотрудников к работодателю.
- Создать информационный повод и мотивацию для вовлечения в подготовку к мероприятию наибольшего числа сотрудников.

Решения:

- Проведен кастинг на участие в шоу номерах программы. Отсмотрено более 250 человек. Участие приняли 150.
- Создано шоу, состоящее из 15 номеров сотрудников: вокальные, хореографические арт-постановки с использованием интерактивного видео крана, инструментал.
- Проведена ежегодная церемония «Звезды ВАТ Россия», в которой были награждены лучшие проекты 2015 года.





Мероприятие для клиентов «Билайн» Бизнес

Задачи:



- Построение долгосрочных партнёрских взаимоотношений с корпоративными клиентами.
- Повышение лояльности.
- Промотивирование новых специальных продуктов и услуг компании.

Решение:

Престижная площадка в центре Москвы — Императорский яхт-клуб, высокая кухня, в качестве звезды вечера — джаз секстет Billy's Band. Салонные развлечения — рулетка, покер, дегустация вин и сыров, зона сигар, дегустация портвейнов и коньяков



 **билайн**





«Время побеждать» — Новогоднее корпоративное мероприятие для компании Michelin

Количество гостей: **500 человек**

Место проведения: **Москва**

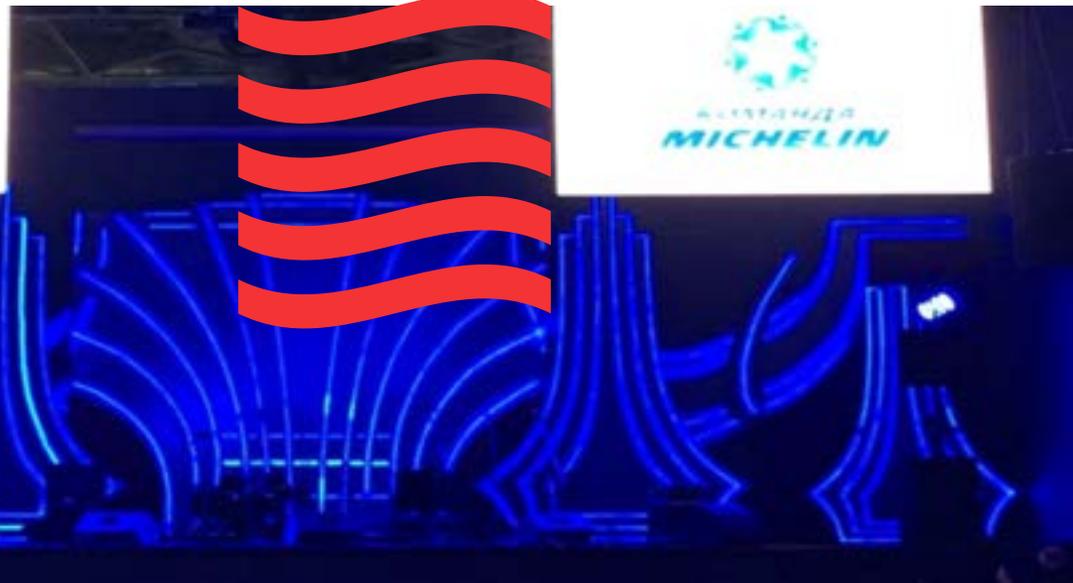
Задачи:



- Отобразить ключевые успехи компании за 2016 год.
- Продемонстрировать главный приоритет компании на новом этапе — клиентоориентировать, фокус на лучшее обслуживание клиентов.
- Воодушевить сотрудников на достижение поставленных целей.

Решения:

Поставленные задачи были реализованы через нестандартный формат мероприятия с использованием специального видео контента: увертюры мероприятия, нестандартных видео презентаций в стиле концепции, имиджевых видеороликов.





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

Запуск Kent HD

Количество гостей: **10000 человек**

Место проведения: **Новосибирск**

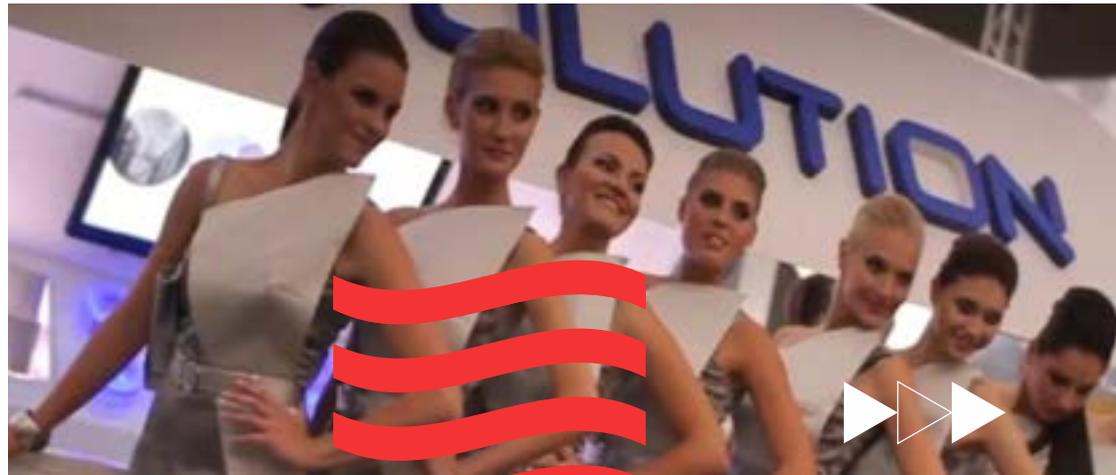
Задачи:



- Промотирование нового продукта табачной компании в условиях запрета открытой рекламы.
- Формирование имиджа марки в глазах потребителя, как прогрессивной, постоянно развивающейся и инновационной.
- Повышение лояльности потребителей к бренду.

Решения:

- Организация клубной вечеринки «Evolution» с участием трендовых диджеев (Zoo Brazil, Francesco Diaz, Roger Sanchez dj Smash).
- Интерактивные станции: голографические консультанты, мультимедиа кабинеты для конструирования фильтра и видео интерактивная презентация инноваций на touch screen панелях, кабинеты для тестирования продукции «Kent lounge». Циклорама Kent Hd — 3D фотозона.
- Во всех зонах, а так же в оформлении сцены используются инновационные и hi-tech решения в стиле бренда: объемные разноуровневые экраны Главной сцены, 3D mapping, браслеты PixMob, пульсирующие цветами в такт живой музыке, световым шоу и движениям тела.





Мероприятие для руководителей. Лидерская программа

Количество гостей: **200 человек**

Место проведения: **Стамбул**

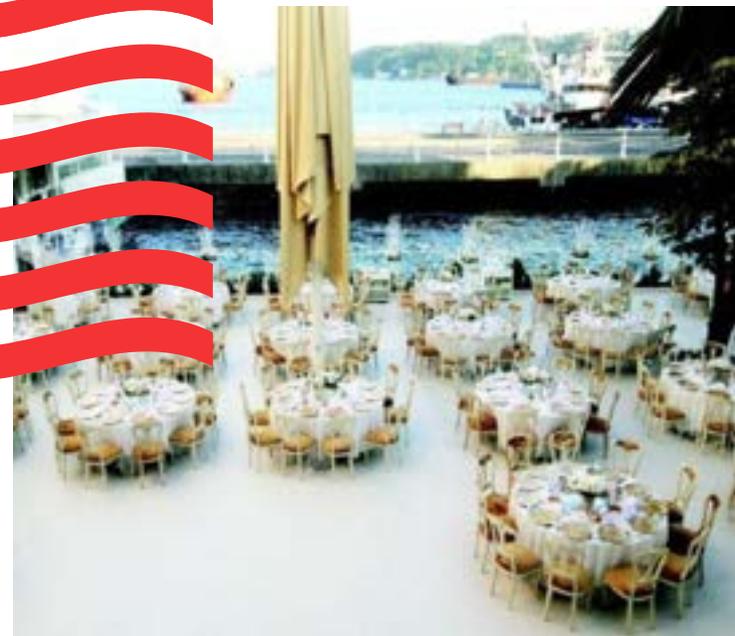
Задачи:



Отметить вклад каждого в общий результат, повысить лояльность к Компании, рассказать о новых проектах и задачах на год. «прокачать» лидерские качества и мотивацию.

Решения:

Квест на ка ерах по Босфору и пеший маршрут-ориентирование по городу, спортивный chaLenge - ночное ориентирование на местности в предместьи Стамбула, бизнес-кейсы, лидерская программа Радислава Гандопаса, постановка личных целей с обязательным отчетом в течение года в общем публице. Аутентичный турецкий банкет на побережье Босфора





Гала-ужин

Количество гостей: **1300 человек**

Место проведения: **Москва**

Задачи:



- Организация яркого и запоминающегося новогоднего мероприятия.
- Трансляции ценностей компании.
- Повышение лояльности сотрудников к компании церемония награждения лучших сотрудников.

Решения:

- Яркая шоу программа.
- Симфонический оркестр.
- Хедлайнер мероприятия.





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

«Sunshine Ready» — масштабное летнее мероприятие для компании BAT Russia

Количество гостей: 500 человек

Задачи:



- Организовать яркое событие с целью отметить прирост марки Rothmans в 2016 году.
- Повысить мотивацию сотрудников и лояльность к работодателю.

Решения:

- Масштабное мероприятие на лучшей открытой площадке Москвы, с панорамным видом на город.
- Создание огромного арт-объекта при участии гостей мероприятия, различные мастер-классы, розыгрыш билетов на лучший музыкальный фестиваль страны, яркая шоу программа при участии шоу-балет самого гламурного и знаменитого заведения ночной Москвы — «Soho Rooms», диджейский сет от резидентов известных московских клубов.



BRITISH AMERICAN
TOBACCO





Мероприятие для клиентов «Билайн» Бизнес

Количество гостей: 230 человек

Место проведения: Москва

Задачи:



- По роение долгосрочных партнерских взаимоотношений с корпоративными Клиентами.
- Повышение лояльности.
- Промотирование новых специальных продуктов и услуг Компании.

Решения:

Так как Клиенты «Билайн» Бизнес предпочитают рок, мы пригласили соответствующего концепции исполнителя — группу «Земляне». Был организован космический бар с закусками, сервированными в тубиках, а так же блюдами молекулярной кухни. В качестве WOW эффекта был установлен единственной в Европе космический симулятор — капсула: имитация невесомости, панель управления космическим кораблем с высокой чувствительностью (маневры, стыковки).



 **билайн**





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

Командообразующие мероприятия для отдела RKA компании BAT Russia

Количество гостей: **30 человек**

Место проведения: **Карелия**

Задачи:

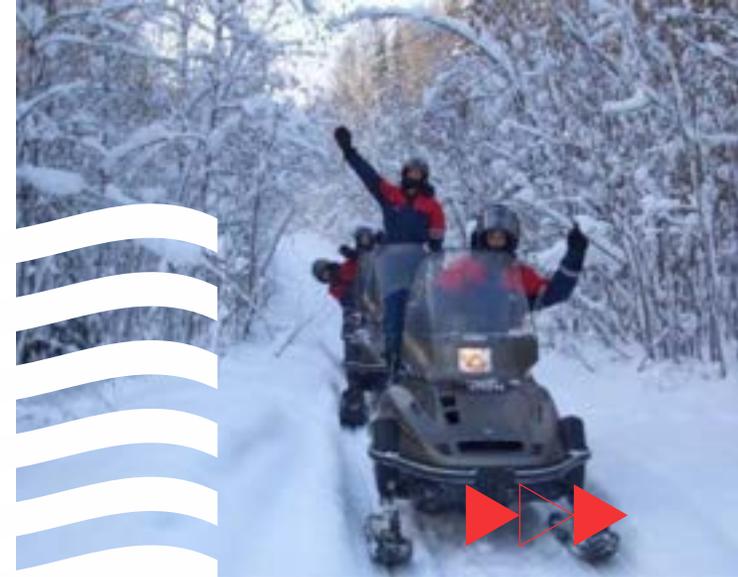


- Выбрать для проведения конференции и тимбилдинга регион России, обладающий необычной природой, историей, колоритом.
- Показать страну с другого ракурса, познакомить с историей, открыть удивительные места России.
- Разработать программу тимбилдинга для энергичных молодых людей.

Решения:

В качестве места проведения программы была выбрана Республика Карелия. Знакомство с историей края в захватывающем игровом процессе. В качестве активной части была разработана уникальная квестовая программа, основной частью которой стала гонка на собачьих упряжках по живописному зимнему карельскому лесу, а также гонки на квадроциклах, снегоходах, стрельбание из лука и катание на уникальных карельских санях.







**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

**«Jazz Do It» — ежегодное мероприятие,
посвященное одведению итогов года. Концерт
с участием сот удников, костюмированное шоу**

Количество гостей: **800 человек**

Место проведения: **Карелия**

Задачи:



- Повысить лояльность сотрудников к работодателю.
- Создать информационный повод и мотивацию для вовлечения в подготовку к мероприятию наибольшего числа сотрудников.

Решения:

- Проведен кастинг на участие в шоу номерах програ мы. Отсмотрено более 200 человек. Участие приняли 100 человек.
- Создано шоу, состоящее из 10 номеров при участии сотрудников: вокальные, хореографические арт-постановки с использование интерактивного видео экрана, инструментал.
- Проведена ежегодна церемония «Звезды ВАТ Россия», в которой были награждены лучшие проекты 2015 года.





билайн

Командообразующее мероприятие для сотрудников компании

Количество гостей: 400 человек
Место проведения: Подмосковьё

Задачи:



Дать сотрудникам почувствовать корпоративную культуру и сплочение с другими членами коллектива. Организация и проведение яркого, запоминающегося мероприятия.

Решения:

Творческий тимбилдинг в формате всемирно известных гонок Red Bull Soapbox Race, где команды соревновались в гонке на самостоятельно сконструированных уникальных болдидах.



 билайн





**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

Масштабное летнее мероприятие

Количество гостей: 500 человек

Место проведения: Москва

Задачи:



- Организовать яркое событие с целью отметить прирост марки Rothmans в 2015 году.
- Повысить мотивацию сотрудников и лояльность к работодателю.

Решения:

Организовано яркое open-air мероприятие, хедлайнер события — группа «Братья Гримм».



КОНТАКТЫ

Gold Stream

+7 (495) 589-76-40 e-mail: info@goldstream.ru

г. Москва, ул. Мухоморова, д. 5

www.goldstream.ru

Eventsplus

+7 (495) 626-67-12 e-mail: viktoria@conferencesANDcongresses.ru

г. Москва, ул. Мухоморова, д. 21

www.conferencesANDcongresses.ru



eventsplus



G O L D S T R E A M