



In 2021 vlogen de bezoekers van het online event in een vliegtuig naar het Muziekgebouw.

FX AGENCY OVER DE TOP EMPLOYERS CERTIFICATION CELEBRATION

RUIMTE VOOR CREATIVITEIT

Hoe houd je een digitale awardshow drie jaar op rij prikkelend en vernieuwend? FX Agency ging de uitdaging aan voor opdrachtgever Top Employers Institute. Projectmanager Mathilde Kamp noemt het één van de leukste projecten van de afgelopen jaren. "We kunnen heel ver gaan met onze creativiteit."

Goed werkgeverschap is belangrijker dan ooit in tijden van personeelstekorten. Dat weet ook het Top Employers Institute, een organisatie die elk jaar (opnieuw) een keurmerk voor goed werkgeverschap uitreikt aan ruim 2.000 bedrijven in 121 landen. "Die uitreiking vindt plaats tijdens de 'Top Employers Certification Celebration': een grote dinershow voor vertegenwoordigers van alle gecertificeerde bedrijven", vertelt projectmanager Mathilde Kamp van FX Agency. "Toen de coronacrisis uitbrak, stapte het Top Employers Institute over op een online event. Omdat wij destijds al vergesloofd waren met het bouwen van studio's en het neerzetten van online belevingen, kwamen ze uiteindelijk bij ons uit." De afgelopen drie jaar mocht FX Agency voor deze organisatie drie online events ontwikkelen, waarvoor zij zowel het concept bedachten als de uitvoering verzorgden.

ONLINE SCHOUWBURG REIS IN 2021

In 2021 bedacht en ontwikkelde FX Agency een online event. "In een interactieve openingsvideo nodigde de host de 28.000 bezoekers van de gecertificeerde bedrijven uit om naar het Muziekgebouw in Amsterdam te komen. "Als eerste mochten ze kiezen of ze per trein of per vliegtuig wilden reizen. Vervolgens werden ze in Amsterdam opgehaald met de taxi en konden ze kiezen voor een route door de stad of een scenic route. Host Marnick Vandebroek vertelde meer over de omgeving waar de deelnemers via de video doorheen reisden. Onderweg stopten ze bij een kledingwinkel om een jurk of een blauwe of zwarte smoking uit te kiezen en zagen zij zichzelf vanuit de camera met deze kleding aan. Ten slotte arriveerden ze bij het Muziekgebouw en konden ze een drankje kiezen, waarna ze op de foto werden gezet. Deze foto werd

vervolgens hun profielfoto op de streampagina. Elk bedrijf had een eigen balkon in de online schouwburg. Operazangeres Celine Janssen zong vanuit haar huiskamer het publiek toe. Tijdens het event kregen de hr-experts van de gecertificeerde bedrijven de kans om kennis en ervaringen uit te wisselen. Tijdens de 32 break-out sessies konden de deelnemers luisteren naar sprekers als Matimba Mbungela (Chief Human Resources Officer Vodacom Group) en Sergio Ezama (Chief Talent Officer Pepsico). Na de feestelijke afsluiting konden de winnaars via de AR-app, hun award digitaal delen met hun eigen netwerk."

HELIKOPTERVLUCHT IN 2022

Na dit eerste succes ging FX Agency opnieuw aan de slag. "Mede vanwege de ontwikkelingen na de coronacrisis adviseerden we Top Employers Institute

om in 2022 opnieuw voor een online event te gaan. Ditmaal gingen de bezoekers met helikopters naar het online platform Celebration City. Gedurende het voortraject kregen de deelnemers een ticket to Celebration City en konden ze gifjes maken die tijdens de show werden gebruikt. Voorafgaand aan het event werden zij door de steward verwelkomd bij de incheckbalie. Deze steward kwam steeds op een aantal momenten in de customer journey terug, zo ook samen met de CEO op het podium tijdens het online event zelf. De deelnemers mochten in groepjes van tien collega's bij de piloot in de helikopter (met eigen bedrijfslogo) stappen. We wilden zo een groepsgevoel meegeven." Het event zelf bestond uit een feestelijke ceremonie. Ook kregen de hr-experts van de gecertificeerde bedrijven de kans om ervaringen te delen, ditmaal tijdens virtuele rondetafelgesprekken, best prac-

tices, 1-op-1 videonetworking en diverse chatmogelijkheden. Tijdens de feestelijke afsluiting namen de winnaars met hun eerder opgenomen celebratory gifjes hun certificering in ontvangst en konden zij deze award ook dit jaar weer delen via de AR-app.

LATE NIGHT SHOW IN 2023

Voor het event in januari van dit jaar ging FX Agency opnieuw aan de slag met een concept en een strategie. "Ditmaal namen we het concept van een late night show als uitgangspunt, gestreamd vanuit de Rode hoed in Amsterdam. Met onze vijf teaser-video's bracht de organisatie de deelnemers steeds een stapje dichterbij het event. Tijdens het event zelf waren alle talk-showelementen aanwezig: een desk, een live band die feestelijke muziek speelde, gasten die door een deur het podium opkwamen, vier sprekers en Stacey Smith

van Boom Chicago die als host voor de nodige dosis humor zorgde. Bij een van de onderdelen hadden we een video waarbij het leek alsof de gast op de ramen in het decor klopte om naar binnen te mogen. Vervolgens kwam hij door de fysieke deur naar binnenlopen. Tijdens het uitreiken van de awards speelde de live band een passende tribute en kwam er een video met alle bedrijven voorbij, uitgesplitst in de categorieën landelijk, continentaal en wereldwijd."

In verband met de verschillende tijdzones werd de show net als voorgaande jaren drie keer op één dag uitgezonden. "Dat betekent dat je van 08.00 tot 19.00 in touw bent. De content hoefden we van de opdrachtgever niet aan te passen, maar daar hebben we bij één van de interviews wel voor gekozen. Ook was er een online fruitmachine met stellingen die de deelnemers konden bedienen, om er vervolgens



Het team van FX Agency achter schermen tijdens het online event in 2022



In 2023 organiseerde FX Agency een late night show

op de reageren. Die stellingen hebben we iets toegespitst naar het betreffende continent.”

IN-PERSON EVENTS

Aansluitend op de late night show in januari volgden er nog live events op veertien verschillende plekken wereldwijd, waaronder in Amsterdam, Parijs, Miami en Dubai. “Hier konden de gecertificeerde bedrijven met twee afgevaardigden naartoe. Om wat uniformiteit in deze events aan te brengen, vroeg het Top Employers Institute ons om voor de betreffende regio-managers een draaiboek te maken met een globaal programma, voorzien van een plan van aanpak met tips voor de opening en een kleine toolkit met een visual voor elke locatie. Op die manier konden we wat

meer eenheid creëren tussen het online event en de lokale in-person events. Deze events werden gepromoot in de teasers en tijdens het online event.”

ACTIVATIEPLATFORM

Om de branding compleet te maken, verzorgde FX Agency een digitale campagne en een activatieplatform. “Het Top Employers Institute organiseert gedurende het jaar diverse activiteiten, waaronder een pride-activatie in de zomer. Wij hebben een platform gebouwd waar alle gecertificeerde bedrijven een toolkit kunnen downloaden met visuals, waaronder een gepersonaliseerd logo, een e-mail handtekening en headers en video’s voor LinkedIn. Dit ondersteunt de bedrijven om hun certificering richting het grote

publiek te communiceren. Ons design is zelfs in Zuid-Afrika op een vrachtwagen gespot.”

CREATIVITEIT

Hoewel het Top Employers Institute nog niet heeft besloten hoe zij de awardshow volgend jaar gaan organiseren, hoopt Mathilde van harte dat FX Agency dan weer mag aanschuiven als strategische eventpartner. “Het is voor mij één van de leukste projecten van het jaar. Je werkt er gedurende een lange periode met een dedicated team aan, waarbij we veel ruimte krijgen voor creativiteit. Het blijft leuk om op de dag zelf een tof event neer te zetten.”