

doctor team



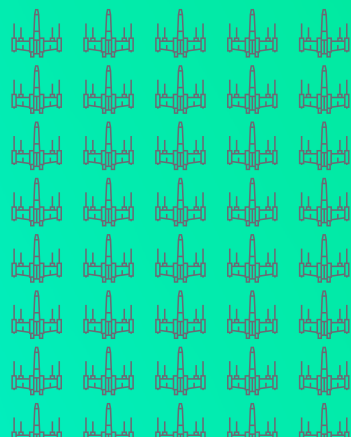
Мы доносим ключевые смыслы. Меняем мышление аудитории.
Удерживаем и привлекаем сотрудников. Обращаем внимание на бренд.
Создаём воспоминания. Решаем бизнес задачи



3285 дней
на рынке

БОЛЕЕ
КОЛИЧЕСТВО
ПРОЕКТОВ
1000

БОЛЕЕ
ЗАЯВОК
В ГОД
1000


КОМАНДА
40



#doctorteam

**АКМР
АКА**

КТО МЫ?

В 2010 году, несколько партнеров, во главе с доктором наук Матвеем Гейзером и психологом Игорем Ивановым, основали event-агентство “Холидей-Про”. Поначалу спрос на услуги был высокий, но в связи с отсутствием конкретной экспертизы, спустя несколько лет, агентство разделилось на три других компании, среди которых был и Doctorteam. Специализация у агентства была совершенно конкретная - организация командобразующих событий. Изначально, программы создавались на основе методических материалов по психологии и управлению персоналом. И Doctorteam быстро стал набирать популярность, завоевывая премии, входя в европейский и мировые рейтинги.

В 2017 году в креативном агентстве произошла реформация - команда осознала для себя, что накопленный опыт и обширная методическая научная база позволяет решать при помощи event конкретные бизнес или коммуникационные задачи. Мы расширили продуктовую линейку, обновили штат и стали интегрировать event-продукты в бизнес-процессы наших клиентов. На базе Doctorteam в 2018 году был запущено агентство hr-коммуникаций Employer24, основной задачей которого является повышение привлекательности работодателя и создание позитивного имиджа HR-бренда.

EVENT

для нас - не просто мероприятие. Это инструмент формирования определенного мышления и побуждения к действию.

Наша экспертиза

- creative communications consulting.

Проведя ряд исследований, мы выявили основную миссию нашей компании:

#СНАЧАЛАЗАЧЕМПОТОМКАК

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ НЕ СОВСЕМ СТАНДАРТНЫЙ ПУТЬ К РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЯ, НАЧИНАЯ НЕ С ВЫБОРА ФОРМАТА, А АНАЛИЗА ПОТРЕБНОСТИ И ФОРМИРОВАНИЯ КОНКРЕТНЫХ ЗАДАЧ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ.

МЫ ОСОЗНАЛИ, ЧТО КАЖДОЕ

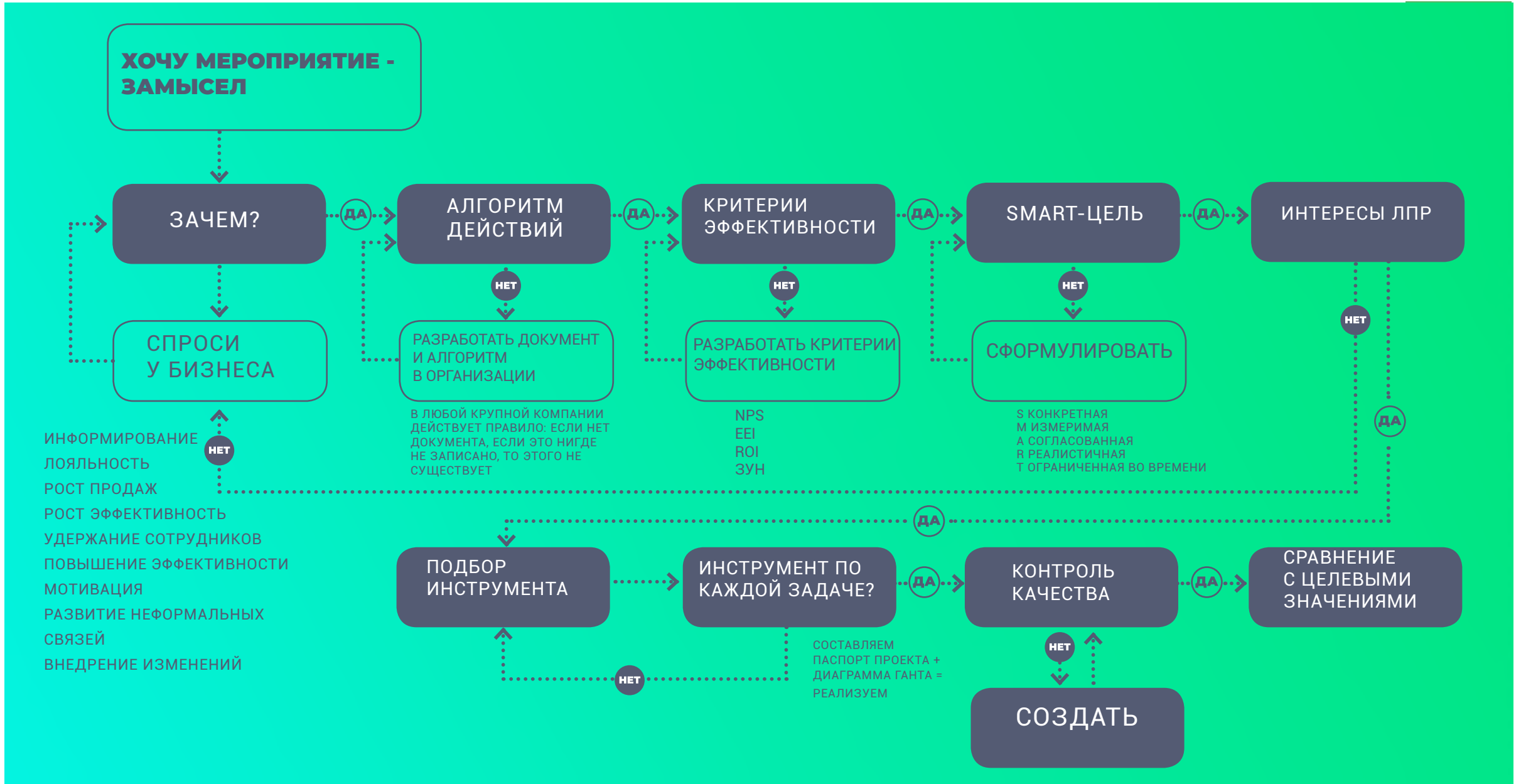
МЕРОПРИЯТИЕ ДОЛЖНО НЕСТИ СМЫСЛ И МЕССЕДЖ, КОТОРЫЙ ДОЛЖЕН БЫТЬ ДОНЕСЕН ДО ГОСТЕЙ СОБЫТИЯ.

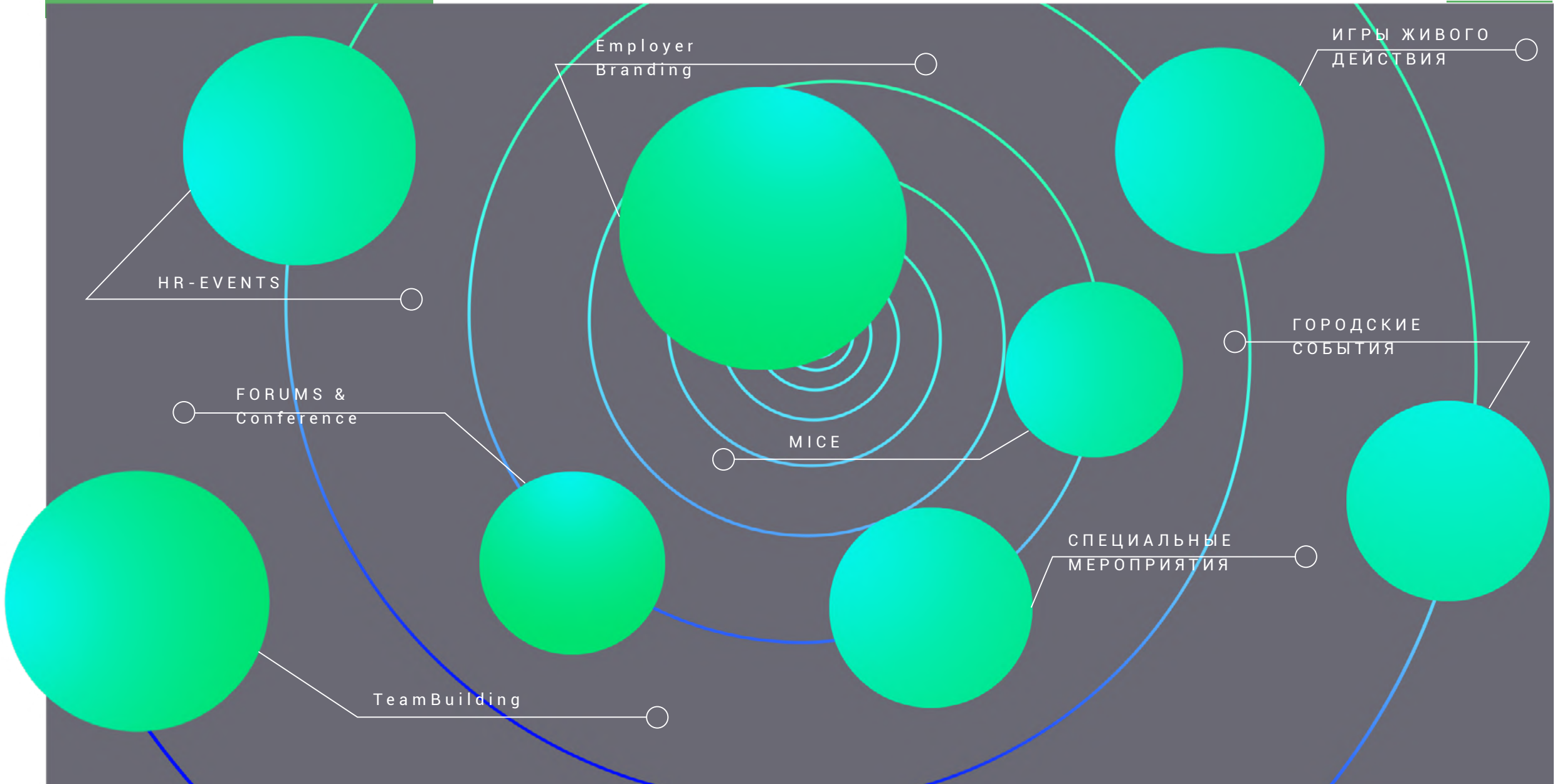
НАШИ СОБЫТИЯ МЕНЯЮТ ЛЮДЕЙ, И ЭТИ ИЗМЕНЕНИЯ ПОМОГАЮТ

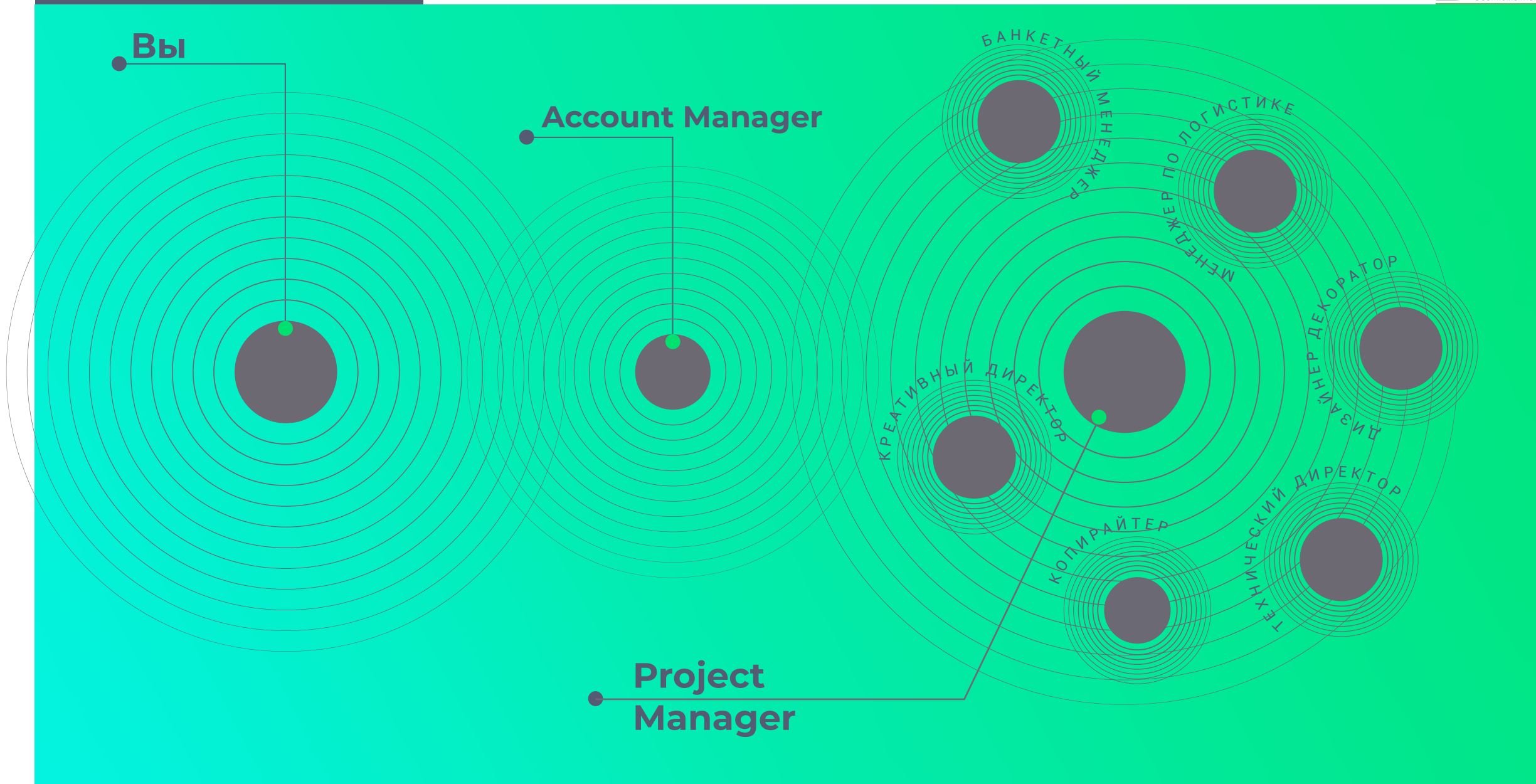
БИЗНЕСУ И ОБЩЕСТВУ РАЗВИВАТЬСЯ.

МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД, ОСНОВАННЫЙ НА НАУЧНЫХ БАЗАХ СОЦИАЛЬНОЙ

ПСИХОЛОГИИ, HR-CONSULTING, ГЕЙМИФИКАЦИИ, MARKETING, И ПРЕДЛАГАЕМ НЕ ТОЛЬКО РАЗОВЫЕ EVENT, НО И ГОДОВУЮ КОММУНИКАЦИОННУЮ СТРАТЕГИЮ.

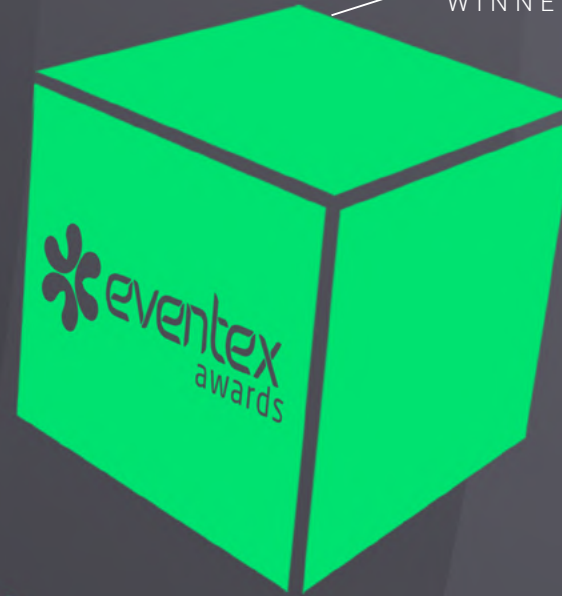






2018

WINNERS



2017

SHIRTLIST



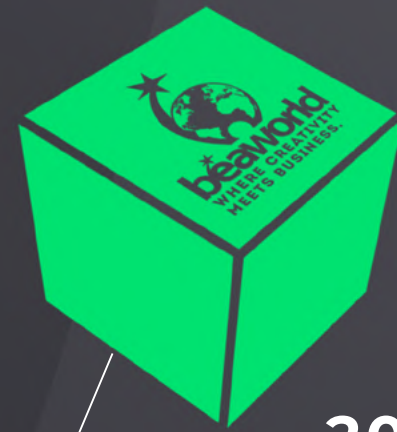
2014-2015

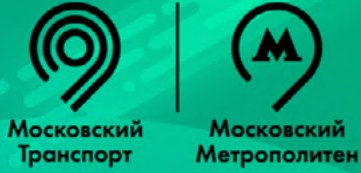
WINNERS



2017

SHIRTLIST







Компания: ГАЗПРОМ
Восточный ТРАНСГАЗ
Мероприятие:
ЮБИЛЕЙ КОМПАНИИ



Филиал 000 Трансгаз Москва Управление аварийно-восстановительных работ УАВР благодарит компанию Doctorteat за качественно выполненную работу по организации корпоративного праздничного мероприятия, приуроченного к юбилею нашей организации.

Председатель
первичной профсоюзной организации
ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ УАВР
Ракова Г.Н.



Компания: Банк "Восточный
экспресс" Мероприятие:
ТИМБИЛДИНГ



Сотрудники проявили себя как профессиональные организаторы корпоративных мероприятий, готовые успешно и оперативно решать возникающие вопросы.

Управление корпоративного имиджа
и коммуникаций
А.Е. Шнейдерман



Компания: ЦБ РФ
Мероприятие:
ТИМБИЛДИНГ



Выражаем признательность сотрудникам компании Doctorteam - гибкий, а главное своевременный подход в организации корпоративного отдыха и обучения дает уверенность в постоянном развитии российской event-индустрии.

Head of Information and Analytical Support
at the Central Bank of Russia
Stanislav Korop



Компания: TV Zavr
СЕРИЯ МЕРОПРИЯТИЙ



Благодаря упорной работе сотрудников компании Doctorteat, нам удалось решить множество задач по внутреннему HR и адаптации коллектива в новом спектре деятельности нашей компании.

Генеральный директор
он-лайн кинотеатра Ти-Ви-Завр
Лившиц С.А.

НАШИ ПРОЕКТЫ





650



СПОРТМАСТЕР МОСКВА, СЕРЕБРЯНЫЙ БОР "ЖИВАЯ ИГРА СПОРТМАСТЕР"

ЗАДАЧА

Мотивация, развитие корпоративной истории компании с целью привлечения новых сотрудников и удержания старых, активация позиционирования компании на hr-рынке It-специалистов как современного интересного работодателя с активной нестандартной корпоративной жизнью, создание «почвы» для последующего запуска HR-Brand.

РЕШЕНИЕ

Мы запустили специальный интерактивный тест на лендинге для участников: для разделения на дома - команды и повышения вовлеченности.

Мы создали особый сложный экономический движок внутри игры, где разделили виды деятельности в рамках игры: торговцы, правители, защитники, исследователи, добытчики и др. Каждый дом может торговать с другими домами, объединяться либо воевать. Мы возвели целое средневековое поселение с трактиром, тюрьмой, рынком, ристалищем, ареной, полем битв, курятником, лавкой оружейника, покоями десницы. Его наполнили около 67 живых носителей квестов прс и 100 аниматоров и персонажей.

Несколько игровых систем в одном событии: творческий, спортивный, кулинарный тимбилдинги; верёвочный курс, приключенческий квест, экономическая стратегия, игра живого действия.

Мы создали не просто игру, мы создали уникальную имитацию реальности!



ЗАДАЧА

Позволить участникам на практике осознать основную концепцию мероприятия, направленную на повышение привлекательности работодателя.
Повысить игровое вовлечение и количество задействованных и включенных участников, визуализировать целеполагание внутри группы и создать эмоциональные воспоминания о совместном эмпирическом опыте.

РЕШЕНИЕ

С помощью строительства машины Голдберга совместными усилиями, проложить путь к многометровому маяку, который символично осветит путь к новым целям и достижениям. Участники построили три линии цепочки по 27м, каждая из которых в конце активировала маяк. Для повышения вовлеченности участников в игровой процесс мы создали новую игровую механику, которая объединила элементы бизнес-игры, творческого тимбилдинга и квеста. Нам удалось повысить вовлеченность участников в процесс до 90%.



BORK

80



BORK МОСКВА, ЗАКРЫТЫЙ VIP-КЛУБ ДЕНИСА СИМАЧЕВА "СИМАЧЕВ BAR"
КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ

ЗАДАЧА

Необходимо было провести корпоративное мероприятие, которое носило бы мотивирующий характер для сотрудников бутиков и могло бы подчеркнуть стиль и премиальность марки Bork. При этом, необходимо было интегрировать церемонию награждения лучших сотрудников и сделать акцент на эпохе «застоя» 30-хх.

РЕШЕНИЕ

Мы предложили свежую концепцию «Первого Каннского фестиваля», который должен был состояться в 1939 году, но не состоялся по причине начавшейся войны.

В качестве площадки был выбран закрытый VIP-клуб известного дизайнера Дениса Симачева "Симачев BAR". В качестве центральной зоны использовался настоящий боксерский ринг, обрамленный 15 мониторами и led-панелью прямо над рингом.

Строгий дресс-код, красная дорожка, настоящие пальмы, живые статуи, песочное шоу, стильный джаз и выступления двойников тех самых первых номинантов 1939 года - все это создало неповторимую и элегантную атмосферу, преисполненную лоска и роскоши.





350



ПК - ТРАНСПОРТНЫЕ СИСТЕМЫ САНКТ - ПЕТЕРБУРГ

ЗАДАЧА

Провести первый юбилей компании ПК Транспортные Системы и обозначить следующие показатели: достижения, невероятный рост, поблагодарить сотрудников и сформировать положительный посыл на следующие годы.
Объединить 3 города, в которых находятся филиалы компании, а также познакомить гостей с Санкт-Петербургом.
Подчеркнуть экологичность бизнеса компании и значимость производства электротранспорта для экологии нашей страны
Провести презентацию самого длинного четырехосного трамвая в Европе «ЛЕВ».

РЕШЕНИЕ

Мы объединили три формата в одном событии: юбилей, клиентское мероприятие и презентация продукта.
Главным концептом события стали «Экологичность и технологичность». Юбилей самого крупного производства электротранспорта в России решили делать кардинально отличным от всех предшествующих событий компании.
Мы решили делать проект на самом производстве! Это был переоборудованный вагоностроительный завод со 150-летней историей, в котором сейчас производят флагманов PCS.
Конечно, пришлось потратить много времени на разработку и утверждение планов монтажа и 3D-моделей внутренней архитектуры.
Высокие потолки и величественные урбанистические перекрытия давали возможность задать необходимый масштаб и высокий уровень визуального оформления события.
Юбилей объединили с лончем новых моделей электротранспорта, поместив по обеим сторонам сцены две модели, из которых на сцену выходили артисты и сотрудники, подготовившие творческие номера и поздравления. Главным гостем был безусловно новейший трамвай «ЛЕВ», на данный момент самый длинный в Европе из своего класса, с сенсорным интеллектуальным управлением и повышенной системой безопасности и комфортом.
На сцене были звезды КВН и артисты эстрады, воздушные гимнасты, хип-хоп фристайлеры и мн. др.
Для знакомства с городом мы организовали квест по исторически значимым для железнодорожного транспорта локациям Санкт-Петербурга.



IVECO

350



IVECO МОСКВА "БОЛЬШАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ДИЛЕРОВ"

ЗАДАЧА

Провести пятидневное мероприятие, включающее в себя: презентацию новых моделей IVECO, тест-драйв, трехдневное обучение новым продуктам с развлекательной и командообразующей программой. Мотивировать дилеров техники, повысить доверие и лояльность к бренду.

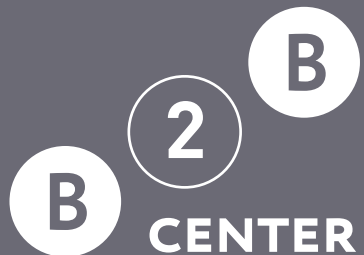
РЕШЕНИЕ

Мы разделили на несколько дней основные блоки мероприятия: тест-драйв и press-day, обучение дилеров, тематический тимбилдинг, гала-ужин. Основная идея - показать дилерам основное конкурентное преимущество техники IVECO. Преемственность поколений является неотъемлемой частью культуры бренда. Ведь эти машины помогают делать жизнь людей комфортнее и лучше уже несколько десятков лет. Отцы, получив от своих родителей, передавали своим детям знание о надежности и удобстве этих машин для любых целей. Таким образом, IVECO - не просто машины, а настоящие члены семьи и друзья человека!

Концепция выстраивалась на этой теории «7 поколений друзей IVECO» Мы подробно разобрали, каким образом, при правильном кросс-функциональном взаимодействии, каждый член команды может получить больший результат, чем в одиночку. Гости создали 10 моделей одного и того же грузовика разных лет выпуска. Клиент поставил перед нами задачу - провести интересную программу на формирование кросс-функциональных коммуникаций, а также коллективное действие, направленное на повышение лояльности дилеров к бренду.

Мы предложили комплексное решение: дневной тренинг + командообразующая игра + вечерний банкет. На тренинге участники подробно рассмотрели, почему общие цели важнее личных, каким образом, при правильном кросс-функциональном взаимодействии, каждый член команды может получить больший результат, чем в одиночку. Также мы немного прошли по истории бренда: какие были автомобили, какие доли рынка захватывали в разные периоды XX века. Затем для закрепления теоретических знаний мы провели игру.





280



B2B CENTER КАЛУГА, АРТ-ПАРК "НИКОЛА-ЛЕНИВЕЦ"
 ЮБИЛЕЙ ТЕНДЕРНОГО ОПЕРАТОРА B2B CENTER

ЗАДАЧА

Провести 15-летие в нестандартной манере с концептуальным тимбилдингом. Донести до сотрудников главную ценность компании - интеллект и знания, которыми они обладают. Мотивировать сотрудников к созданию новых проектов и идей, показать открытость компании перед инициативой сотрудников.

РЕШЕНИЕ

Яркий, красочный тимбилдинг с раскрывающей основной тезис концепцией «Все границы - лишь в нашем воображении». Многие помнят нашумевший «Имаджинариум» доктора Парнаса, который раскрывает тему параллельных миров и вселенных в яркой и красочной манере. Мы представили каждый отдел компании в виде воображаемого мира, где каждый ставит границу своих обязанностей и возможностей. Проходя испытания, мы разрушали границы и объединялись в одну большую вселенную. В процессе красочного тимбилдинга участники собирали осколки зеркала-пазла, которое являлось дверью порталом в мир без границ. А на самом деле, пройдя сквозь дверь, участники попадали внутрь художественной конструкции «гигантские мозги», тем самым подчеркивая ментальный смысл программы: все границы - лишь в нашем воображении, а мы все - части одной большой вселенной B2B. Добро пожаловать в мир без воображаемых границ!



**ЗАДАЧА**

Показать участникам суть и важность кросс-функционального взаимодействия подразделений, работу в постоянно изменяющихся условиях, договороспособность, единое видение цели и результата. Дать наглядность циркуляции временных процессов и времени, как такого. Время - это важный ресурс, и мы должны подчеркнуть важность этого ресурса при помощи игры.

РЕШЕНИЕ

Игра имитирует бизнес-процессы по созданию и продажам часов. В процессе игры участники построили бизнес в сфере производства, с четким пониманием, что для того, чтобы быть успешными где бы то ни было, необходимо развиваться лично, профессионально и в команде. Все игроки представляют различные профессии, участвующие в создании и продаже часов. Каждая команда отвечает за производство какой-либо детали или фрагмента упаковки продукции. Для участников мы создали несколько бирж, с различными типами заказов и запросов клиентов. Финальной целью игры был стимул стать самой эффективной и успешной компанией, а следовательно, самой богатой. Поэтому участникам необходимо было продумать стратегию своих действий. В финале игры участникам необходимо было собрать большую модель часов.





Московский
Транспорт

280



МОСГОРТРАНС МОСКВА, ЧИСТОПРУДНЫЙ БУЛЬВАР

ЗАДАЧА

Организовать ежегодное городское мероприятие с интеграцией показа старинных трамвайных вагонов. Обеспечить логистику при проведении парада трамваев и сделать интересную развлекательную программу для участников.

РЕШЕНИЕ

Нами были реализованы 17 мини-иммерсивных спектаклей в антураже старинных вагонов. Актеры отыгрывали небольшое действие с участниками мероприятия и, тем самым, погружали их в разные эпохи и этапы развития трамваев как вида транспорта. Организация развлекательной программы с привлечением медийных лиц и различных партнеров. По информации ГУП «Мосгортранс», на параде впервые были показаны уникальные ретро-вагоны КТМ-1 и КТП-1, восстановленные по образцам 1948 года. Также среди 17 участников парада была конка XIX века, вагоны «Ф», «КМ», «КП», «Витязь-М» и другие. В рамках проведения парада трамваев нами было организовано перекрытие Бульварного кольца, с необходимым сопровождением органов дорожных служб и предварительным оповещением жителей об изменениях в транспортной сетке. Полное сопровождение по привлечению СМИ к освещению данного мероприятия.





270



МИСТРАЛЬ ТРЕЙДИНГ & МИСТРАЛЬ АЛКО МОСКВА, ORION HALL
СНЕЖНОЕ ШОУ

ЗАДАЧА

Показать масштаб и значимость параллельно развивающихся компаний, находящихся в рамках единого холдинга. Показать не зависимость друг от друга, а самостоятельность и равную значимость для холдинга. Провести главную мысль о неконкурентности компаний через концепцию мероприятия.

РЕШЕНИЕ

Нами был разработан сценарий - история, отражающая задачи от клиента. Корпоративный Новый год - объединение двух компаний "Мистраль Трейдинг" и "Мистраль АЛКО" - решили провести в формате красивого фантастического "Снежного шоу". Полностью стилизованная в тематике вечера площадка, застройка архитектурными декорациями, применение визуально сложных световых проекций и решений. Театр актеров и ходулистов в образах мистических жителей сказочного леса встречали гостей и погружали в атмосферу снежной сказки. Интерактивные станции послужили отличным вовлекающим инструментом. Режиссура мероприятия представила гостям рассказ о становлении и взаимодействии двух компаний. Настроение создавали ведущие Тутта Ларсен и Виктор Васильев, певец Александр Шоуа, певица Ёлка и различные артисты с тематическими оригинальными постановками.



550



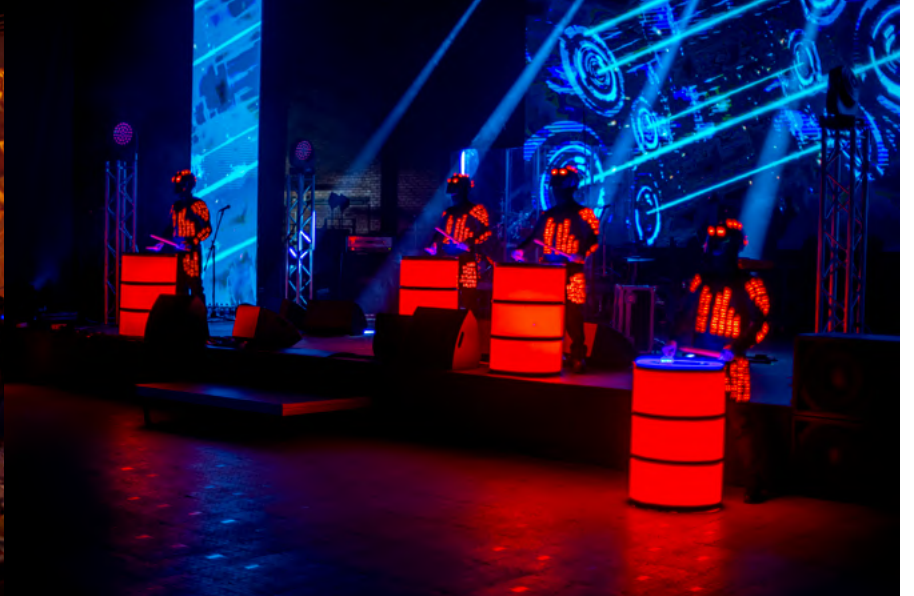
ЛУКБЕЛОЙЛ САРАТОВ, КОННО-СПОРТИВНЫЙ КЛУБ «ГЕРМЕС»
20 лет ЛУКБЕЛОЙЛ

ЗАДАЧА

Юбилей крупной компании должен проходить значимо - что бы вдохновить сотрудников и показать масштаб организации, а так же пригласить партнеров, укрепив в них уверенность в надежности сотрудничества. Перед нами поставили задачу - не просто вдохновить сотрудников, а донести до них ключевой смысл - что главная ценность компании это вовсе не нефть или газ, а ее сотрудники.

РЕШЕНИЕ

И мы создали концепцию, которая смогла раскрыть истинный состав нефти компании, который собран из 20 принципов успешной работы в течении 20 лет. Программу открывал меппинг-ролик о том, как человек покорял недра земли, шоу было вокруг зрителей, и они сами были внутри шоу, при помощи мощнейшего контента, графики и света, а так же индивидуальных лед-браслетов на руках каждого гостя. Участники погружались в невероятное шоу, которое происходило вокруг. Масштабная трансформация площадки за 1 день - 3500 м2 проекционной поверхности, 500 КВт оборудования, работа команды численностью более 150 человек. И все это в 1000 км от Москвы!





МИНИСТЕРСТВО ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ФОРУМ РЕГИОНОВ 2019

ЗАДАЧА

Провести мероприятие международного политического значения на высшем уровне с целью восстановления и поддержания российско-белорусских отношений

РЕШЕНИЕ

Мы приняли участие в организации глобального и значимого международного мероприятия «Форум регионов 2019», направленного на укрепление взаимоотношений между Россией и Беларуссией. На мероприятии присутствовали лидеры обеих стран Владимир Путин и Александр Лукашенко, а так же Валентина Матвиенко и более 100 министров и федеральных депутатов. Помимо содействия в организации пленарных заседаний и конференций, мы провели обширную культурную программу для участников, включающую в себя экскурсии, посещение музеев, речные прогулки на теплоходе, катание на катерах, банкеты и мн. др.





6000 

ДОМОДЕДОВО ПОДМОСКОВЬЕ
SWAT GALLENGE

ЗАДАЧА

Провести летнее мотивационное корпоративное мероприятие

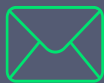
РЕШЕНИЕ

Масштабное корпоративное мероприятие, в основе которого было представлено более 30 видов спорта и различных спортивных интерактивов. Департаменты аэропорта могли соревноваться в разных категориях - работа с пожарными гидрантами, рукопашные дисциплины, автогонки, преодоление различных полос препятствий, тир, кулинарный поединок и много другое. На сцене гостей развлекали артисты эстрады и кавер-группа.





+ 7 (499) 340-8232
+ 7 (929) 592-6662



hello@doctorteam.ru

ПО ОБЩИМ ВОПРОСАМ
info@doctorteam.ru