

AQUILA NON CAPIT MUSCAS

– orzeł nie łapie much

Bo czy nie jest prawdą, że każdy z nas myślał, jak stać się orłem. Jak latać chodź przez jeden dzień? W jaki sposób uwolnić myśli i ciało tak, żeby naprawdę z gatunku, który jest z założenia osiadły, stać się częściowo wędrownym. I co ważniejsze – wiemy, że orzeł odżywia się głównie rybami, ptactwem wodnym, okazjonalnie padliną. Natomiast zapewne much nie łapie.

Zacznijmy od początku – czym jest przysłowiowa mucha, a czym orzeł. Za nami m.in. IMEX America – kolejna edycja prestiżowych targów, wymiany myśli, spotkań bilateralnych i niezliczonej liczby koktajli. Orzeł gniazduje na wierzchołkach dużych drzew, na konarach przy pniu, także na półkach urwisk skalnych. Miejsca raczej nobliwe, ale i wymagające. Silni gracze, również spotykają się tam, gdzie warto być, czyli chociażby w Las Vegas. Żeby jednak być i się pokazać warto być silnym, jak orzeł. To właśnie jest celem na którego osiągnięcie nakierowane są globalne stowarzyszenia.

Zacznijmy od 2018 r., kiedy to podczas amerykańskiego IMEX-u zostaje powołana The Global MICE Collaborative – jak tłumaczy prezes Meeting Professionals International (MPI) – pierwsza na świecie, kompleksowa społeczność dla profesjonalistów branży spotkań. Swoją siłą połączyły trzy globalne organizacje. Wspomniana wcześniej MPI, International Association for Events and Exhibitions (IAEE) oraz The Society for Incentive Travel Excellence (SITE). W ten sposób zapewniły globalne zasoby do edukowania, rozwijania i przekształcania społeczności MICE na całym świecie. To ważne, ponieważ wielu destynacjom inwestującym w infrastrukturę MICE często brakuje wiedzy, aby zapewnić światowej klasy doświadczenia. Tymczasem The Global MICE Collaborative oferuje

rozwój zawodowy na pięć sposobów:

- Kompetencje zawodowe: edukacja i certyfikacja w celu rozwijania i umacniania profesjonalizmu praktyków MICE.
- Wydarzenia na żywo: łączenie praktyków MICE „w doświadczenia, które inspirują, pobudzają i zapewniają ciągły rozwój zawodowy i wymianę doświadczeń biznesowych”.
- Zaangażowanie Peer-to-Peer: stworzenie społeczności dla profesjonalistów MICE i ich współpracowników.
- Destination Consulting: zapewnienie organizacjom convention bureaux wsparcia, edukacji i dostępu do badań, które pomogą im osiągnąć sukces.
- Badania: raportowanie trendów i inicjatywy branżowe mające na celu podniesienie świadomości na temat wartości przemysłu spotkań.

Żeby grać w najlepszej lidze trzeba skupić się na kluczowych klientach, najważniejszych kontraktach i pokazać siłę swojej organizacji. Być orłem w danej dziedzinie i rozwijać się właśnie w tym kierunku. Dlatego powstało The Global MICE Collaborative. MPI, SITE oraz IAEE wierzą, że szczególnie przy budowaniu nowych inicjatyw w poszczególnych destynacjach warto słuchać się silniejszych. Razem mogą dostarczyć nie tylko wiedzę i doświadczenie, ale też rozwijać branżę spotkań poprzez bezpośrednie zaangażowanie swoich członków.

AUDENTES FORTUNA IU VAT – ŚMIAŁYM SZCZĘŚCIE SPRZYJA

Dlaczego warto razem? Ponieważ można więcej. Innym przykładem takiego działania jest współpraca Destinations International (DI) i Professional Conference Management Association (PCMA), które ogłosiły wspólny projekt pod nazwą Destination Showcase. To coroczne spotkanie łączące organizatorów wydarzeń biznesowych z biurami marketingu miejsc (CVB). Ma na celu koordynację i pozyskiwanie jeszcze większej liczby wydarzeń do poszczególnych destynacji. Destination Showcase jest ważnym programem organizowanym przez DI i jedyną jednodniową imprezą w Ameryce Północnej, która łączy planistów spotkań z przedstawicielami convention bureaux. Tak, aby mogli lepiej zrozumieć dlaczego CVB są kluczem do udanego eventu. Współpraca z PCMA bez wątplenia zwiększa wpływ jaki Destination Showcase wywiera zarówno na osoby planujące spotkania, jak i organizacje docelowe. – Wspólne przedsięwzięcie z PCMA naprawdę podniesie wartość Destination Showcase dla społeczności planistów i członków DI – skomentował Don Welsh, prezes DI. Sherrif Karamat, prezes PCMA podsumował z kolei: – Ta współpraca realizuje wizję łączenia edukacji, z której PCMA jest znana, z ważnymi możliwościami handlowymi, jakie zapewnia DI – powiedział. Ważnym elementem koopera-

cji jest również wybór odpowiedniej destynacji. To istotne, gdyż śmiałym szczęście sprzyja pod warunkiem stworzenia dobrych warunków do rozwoju i samorealizacji. Postawiono na Waszyngton, który jest globalną siedzibą DI, ale również wielu innych stowarzyszeń i korporacji. Staje się przez to idealną platformą dla organizatorów wydarzeń biznesowych i wszelkiego rodzaju dostawców usług dla branży spotkań. Partnerzy Destination Showcase zwrócili uwagę, na fakt, iż CVB łączy unikalne atrybuty miejsca docelowego, aby podnieść doświadczenie płynące z danego wydarzenia, pozyskać lokalnych liderów i pomóc ocenić ekonomiczny wpływ i sukces spotkania. Przy okazji Destination Showcase w 2020 r. ma zostać wprowadzonych kilka nowych, ekscytujących elementów. Później, jak zapowiadają organizatorzy, nie dojdzie już do poważnego przeprojektowania tego eventu, na rzecz szerszego zaangażowania odbiorców i ukazania pojawiających się na rynku innowacji. Warto obserwować tę synergię, którą stworzyły PCMA i DI, szczególnie w kontekście rozwoju podmiotów związanych z rynkiem Ameryki Północnej. W końcu DI to globalna społeczność ponad 5 tys. specjalistów z blisko 600 miejsc na całym świecie. Jego misją jest wzmocnienie pozycji członków. PCMA natomiast ostatnimi laty w zmienny sposób postawiła na rozwój edukacji, z czego korzystają nie tylko jej członkowie, ale praktycznie wszystkie osoby związane z branżą.

ACTUM NE AGES – NIE RÓB TEGO, CO ZOSTAŁO JUŻ ZROBIONE

Kolejną inicjatywą świadczącą o globalnej konsolidacji jest projekt Incentive Travel Industry Index (ITII), w który zaangażowane są trzy stowarzyszenia związane z wydarzeniami motywacyjnymi i zarządzaniem pracownikami. Financial & Insurance Conference Professionals (FICP), Incentive Research Foundation (IRF) oraz Society for Incentive Travel Excellence (SITE) podjęły decyzję, iż nie będą opracowywały trzech róż-

nych projektów badawczych, ale skupią się na jednym indeksie. Konsolidacja ich pracy jest zarazem historyczną migawką tego, skąd pochodzi przemysł spotkań i hipotezą przewidującą dokąd zmierza organizacja podróży motywacyjnych. Przez kolejne trzy lata, tj. do 2021 r., organizacje będą współpracować z Oxford Economics – firmą badawczą, dobrze znaną globalnym specjalistom od podróży motywacyjnych z powodu jej szerokiej kooperacji z Event Industry Council (EIC), US Travel Association i koalicją Meetings Mean Business. Pierwsze wyniki wspólnego badania dotyczącego globalnej branży motywacyjnej zostały przedstawione już w ubiegłym roku. Był to punkt zwrotny dla branży, zapewniający bezprecedensowy, skonsolidowany wgląd w aktualny stan podróży motywacyjnych i wyznaczający kierunek ich rozwoju. Badanie, przeprowadzone we współpracy z JD Power, stanowiło szeroko zakrojoną analizę warunków biznesowych, postaw i oczekiwań wpływających na branżę podróży i wydarzeń motywacyjnych na całym świecie. Z ponad tysiącem respondentów pochodzących z 80 krajów, była to największa ankieta przeprowadzona kiedykolwiek wśród doświadczonych organizatorów podróży motywacyjnych. Tegoroczne wyniki ukazały dalszy rozwój tej dziedziny, wskazując kolejne trendy. Przykład współpracy trzech organizacji związanych z podróżami motywacyjnymi ukazuje, jak ważną

rolę może odgrywać konsolidacja działania na doświadczonym rynku i w jaki sposób siła trzech kluczowych podmiotów może ukazywać moc, która dąży do wzmocnienia danego segmentu.

ABSENS CARENS – NIEOBECNY SAM SOBIE SZKODZI

Bo czy nie jest prawdą, że każdy z nas myślał, jak stać się orłem. Jak latać chodząc przez jeden dzień? Co więcej, jak brać udział w ucztach, po udanym polowaniu. Bo zazwyczaj bogatymi łowami kończą się właśnie te organizowane przez orły. Ci, którzy nie biorą udziału w takich polowaniach sami sobie szkodzą. Nieobecni, bo o nich mowa, niestety głosu nie mają. Inspiracją, z którą chciałbym pozostawić Was tym razem jest fakt, iż globalni gracze jak MPI, SITE, FICP, IAEE, DI czy IRF – współpracują. Działają pod jednym szyldem, poszukują rozwiązań, które dają więcej możliwości rozwoju i pozyskiwania nowych partnerów. Skoro potrafią tak globalne stowarzyszenia, zapewne potrafią również i lokalne organizacje czy izby handlowe. A przecież to w ramach nich działamy my, członkowie i twórcy lokalnych społeczności. Razem potrafimy więcej. *Aquila non capit muscas* – razem warto zapolować na biznes, który przysporzy nam dużo satysfakcji i radości.

■ Krzysztof Celuch



CELUCH
CONSULTING

O AUTORZE

DR KRZYSZTOF CELUCH – Mówca, trener, konsultant biznesowy, wykładowca akademicki i przedsiębiorca. W 2018 r. założył firmę Celuch Consulting pomagającą organizacjom, instytucjom i przedsiębiorstwom w obszarach zarządzania, komunikacji i motywacji, rozwoju biznesu, w szczególności w odniesieniu do przemysłu spotkań (event marketingu). Jest także pełnomocnikiem rektora ds. współpracy z biznesem w Szkole Głównej Turystyki i Hotelarstwa Vistula, organizatorem studenckiej konferencji IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw oraz wykładowcą studium Event Management SBE na Uniwersytecie Warszawskim. W latach 2009-2017 był kierownikiem Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej oraz autorem raportów „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce” i Poland Meetings Impact (2008-2018). Od 2012 do 2015 r. sprawował funkcję profesora wizytującego i kierownika projektów badawczych w San Diego State University. Jako jedyny Polak jest akredytowanym trenerem MPI Global Training, w 2009 r. zdobył tytuł Certificate of Incentive and Travel Executive (CITE), w 2010 Certificate Meetings Management (CMM), a w 2013 Certificate Incentive Specialist (CIS). Założył i pierwszy prezes MPI Poland.