

# Bezustannie analizujemy swoją ofertę

Z Johnem Hookerem, brytyjskim strategiem branży spotkań o jego koncepcji „utowarowienia” sektora meetings industry, słabej kondycji rynku i zmianach jego struktury, rozmawiała Anna Brzechowska-Rębisz.

**Jakie błędy najczęściej popełniają firmy działające w sektorze MICE?**

Zacznę może od tego, co jest błędem najgorszym w skutkach. Otóż najniebezpieczniejsze jest osiadanie na laurach. Właściciel firmy, który akceptuje status quo, przestaje podejmować aktywne działania i traci czujność. Oferta własnej firmy powinna być bezustannie analizowana. Rynek należy śledzić bez przerwy. Trzeba się ciągle poddawać samokrytyce, upewniając, że klienci są zaangażowani i zadowoleni w stu procentach. Tu dochodzimy do drugiego problemu. Z rynku wypadło wiele firm, które przesadnie koncentrowały się na swoich kilku stałych klientach i osiągając dobre wyniki finansowe, zapomniały o pozyskiwaniu kolejnych zleceń. A w dzisiejszych czasach trudno mówić o lojalności. Nie można polegać tylko na niej. Potrzebne jest zarówno zatrzymywanie klientów, jak i pozyskiwanie nowych. Poza tym trzeba dostosowywać się do rynku. Agencje eventowe muszą dziś realizować swoje projekty w dużo krótszych terminach, a to oznacza konieczność tworzenia bardzo elastycznego modelu biznesowego.

**A co jest dziś największą bolączką samej branży?**

Jest nią z pewnością zjawisko, które ja nazywam „utowarowieniem” sektora spotkań. Otóż nasza branża jest spokrewniona z przemysłem turystycznym funkcjonującym poprzez grupowanie komponentów podróży w celu stworzenia pakietowej oferty. Firma zarabia na prowizjach od dostawców (np. hoteli) albo poprzez dodanie własnej marży – tak pracują touroperatorzy lub firmy organizujące wyjazdy grupowe. Oferta jest sprzedawana w formie pakietu. Niektóre podmioty w branży spotkań pracują obecnie w ten sam sposób jak sprzedawcy detaliczni oferujący pakiet all inclusive, a nie jak dostawcy usług oferujący swoim klientom profesjonalne rozwiąza-



**Branża włożyła mało wysiłku w edukację klientów, którzy nie wiedzą, że dzięki agencjom eventowym unikają pułapek prawnych, utraty pieniędzy i reputacji**

nia. Branża staje się przez nich przemysłem, a nie profesją.

Na dojrzałych rynkach korporacyjny klient zgłaszał się do agencji eventowej, która miała przedstawić mu stosowną do potrzeb ofertę. Agencja z kolei kontaktowała się z dostawcami produktów i usług w określonej destynacji za pośrednictwem DMC. Każdy element tego łańcucha miał do odegrania swoją rolę zgodną z kompetencjami. Z czasem jednak agencje zaczęły pracować bezpośrednio z hotelami i lokalnymi dostawcami, wierząc, że w ten sposób uzyskają lepsze ceny. Obecnie nieraz same korporacje decydują się na bezpośrednią współpracę z destynacjami, pomijając agencje eventowe. DMC na świecie odnotowały ostatnio dwudziestoprocentowy wzrost zleceń wprost od korporacji. Rozwój internetu jeszcze bardziej przyspieszył ten proces.

Branża MICE włożyła zbyt mało wysiłku w edukowanie klientów, którzy nie wiedzą tak naprawdę, że dzięki profesjonalistom z agencji eventowych często unikają pułapek prawnych, utraty pieniędzy czy reputacji. Klienci powinni wiedzieć, że potrzebują specjalistów, aby wprowadzili ich efektywnie w świat eventów i dostarczali skutecznych rozwiązań. Konieczne są zatem działania, które uzmysłowią szerszej publiczności, że MICE to profesja, a nie tylko handel.

**Rozumiem, że jesteś krytycznie nastawiony do ofert all inclusive?**

„Kompleksowa obsługa” to hasło wielu firm działających w branży. Brzmi ono atrakcyjnie dla klientów. Mam jednak obawy w przypadku hoteli czy centrów kongresowych, gdzie obowiązują stałe umowy z dostawcami i podwykonawcami. Nie mam też całkowitego zaufania do convention and visitor bureau, które mają w ofertach eventy organizowane tylko przez swoich członków. Klient ma wtedy dużo mniejszy wybór. Poza tym, taka sytuacja morderuje lokalną konkurencję i może prowadzić do podwyższenia cen.

Coraz więcej DMC zajmuje się także organizacją eventów. Trudno mieć do nich o to pretensje – na rynku trzeba sobie jakoś radzić. Mam tylko zastrzeżenia do tych DMC, które nie dodają nic od siebie, a jedynie zbierają produkty i usługi podwykonawców. Następnie prezentują je jako swoje dla uzasadnienia własnej marży.

## John Hooker

Określa siebie jako stratega i komentatora branży spotkań. Na początku kariery doświadczenie zdobywał jako touroperator. Następnie przez dwadzieścia lat pracował dla międzynarodowej agencji eventowej BI. Brał też udział w otwarciu Dubai International Convention and Exhibition Centre. Po powrocie do Wielkiej Brytanii zajął się doradztwem w zakresie strategii zarządzania w branży spotkań. Obecnie jest dyrektorem firmy doradczej JHCP. Jego hobby to żeglarstwo, gotowanie, języki obce oraz architektura przemysłowa. Jednak najbardziej lubi spędzać czas ze swoimi synami. Ma 57 lat i mieszka w Buckinghamshire w Anglii.

Znowu mamy tu do czynienia z utowarowieniem.

**Czyżby te zmiany w branży były podyktowane jej słabą kondycją?**

Branża spotkań ma dużą elastyczność i szybko zdrowieje. Niektóre rynki, jak np. brazylijski, mają się dobrze, inne – jak Egipt czy Tunezja – cierpią z powodu lokalnych konfliktów. Z kolei dojrzałe rynki, jak brytyjski, są nasycone i mają niewielką perspektywę rozwoju. MICE jest jednak branżą globalną, w której pojawiają się też nowe rynki, jak chociażby Polska, Turcja, Indie i Rosja. Wraz z nimi pojawiają się też nowe możliwości.

**Czy są eventy, które robią na tobie jeszcze wrażenie?**

Kiedy się siedzi w tym biznesie tak długo jak ja, to kolekcjonuje się masę niezapomnianych wspomnień. Jednak jednym z ważniejszych spotkań w jakich brałem udział, była narada w jednej z wiodących francuskich firm motoryzacyjnych. Planowano właśnie wprowadzenie nowego modelu auta na rynek. Agencja reklamowa prezentowała dyrektorowi zarządzającemu swoje pomysły, stosując zawodowy żargon. Dyrektor co chwilę przerywał prezentację, aby dopytać o znaczenie różnych określeń. Zrobił na mnie duże wrażenie, bo zupełnie nie bał się, że w ten sposób okaże słabość. Teraz wiem, że na szczyt dochodzisz tylko w pełni rozumiejąc sytuację. Dlatego nie można się wstydzić zadawania pytań. Od tego czasu jestem bardzo otwarty i unikam dwuznaczności. W naszym fachu musimy wyrażać się jasno i być bezpośredni.

## Wrocław walczy o World Games z czterema miastami

Wrocław wszedł do finałowej czwórki miast, które walczą o organizację World Games w 2017 roku. Miasto rywalizuje z Genuą, Budapesztem i Kapsztadem. Wrocław chce podczas imprezy wykorzystać obiekty, które powstają na potrzeby Euro 2012. Na World Games przybywa za każdym razem około 3 tys. sportowców i 300 tys. kibiców. Impreza odbywa się co cztery lata po letnich igrzyskach olimpijskich, a jej celem jest promocja nieolimpijskich dyscyplin sportowych. Zawodnicy rywalizują m.in. w skokach spadochronowych, wspinaczce, wrotkarstwie. (ab) [www.theworldgames.org](http://www.theworldgames.org)

## Polski MICE dostrzega Chiny

Poland Convention Bureau promowało Polskę, jako atrakcyjną destynację dla turystów biznesowych na szóstych M.I.C.E. Travel Expo oraz The 25th International Travel Expo w Hongkongu. Polska dzieliła stoisko wspólnie z państwami grupy V-4. PCB pojawiło się na targach wspólnie z rekomendowanym organizatorem kongresów, firmą Holiday Travel. – Dobrze oceniam targi i uważam, że należy się na nich wystawiać, mimo pewnej przypadkowości w doborze gości. Bardzo trafny okazał się także pomysł promocji naszego kraju poprzez cały region. Nie spodziewam się jednak zbyt wielu zleceń, jeżeli chodzi o turystykę biznesową – mówi Irena Sokolowska, dyrektor ds. kongresów Holiday Travel. (mk) [www.itehk.com](http://www.itehk.com)

## Sympozja ESF-EMBO na Mazowszu dzięki WCB

Oferta Warsaw Convention Bureau, dla cyklu interdyscyplinarnych konferencji naukowych z udziałem laureatów Nagrody Nobla, została wybrana spośród piętnastu zgłoszeń z Europy Środkowej i Wschodniej. Jeżeli Warszawa uzyska pozytywną ocenę po pierwszych pięciu spotkaniach w 2012 roku, to stanie się ona gospodarzem ESF-EMBO przez kolejne pięć lat. Sympozja będą odbywały się w Domu Polonii w Pułtusku k. Warszawy. Cykl spotkań dotychczas odbywał się w Hiszpanii. (xb) [www.warsawconvention.pl](http://www.warsawconvention.pl)

## Pierwszy Event Camp w Europie

Event Camp – impreza plenerowa poświęcona zastosowaniu nowoczesnych technologii w eventach – odbędzie się po raz pierwszy w Europie. Spotkanie organizują profesjonalści z branży, którzy poznali się za pośrednictwem Twittera. Event Camp jest imprezą przeniesioną z gruntu amerykańskiego. Odbędzie się 9 września pod Londynem. (mk) [www.eventcamp.eu](http://www.eventcamp.eu)