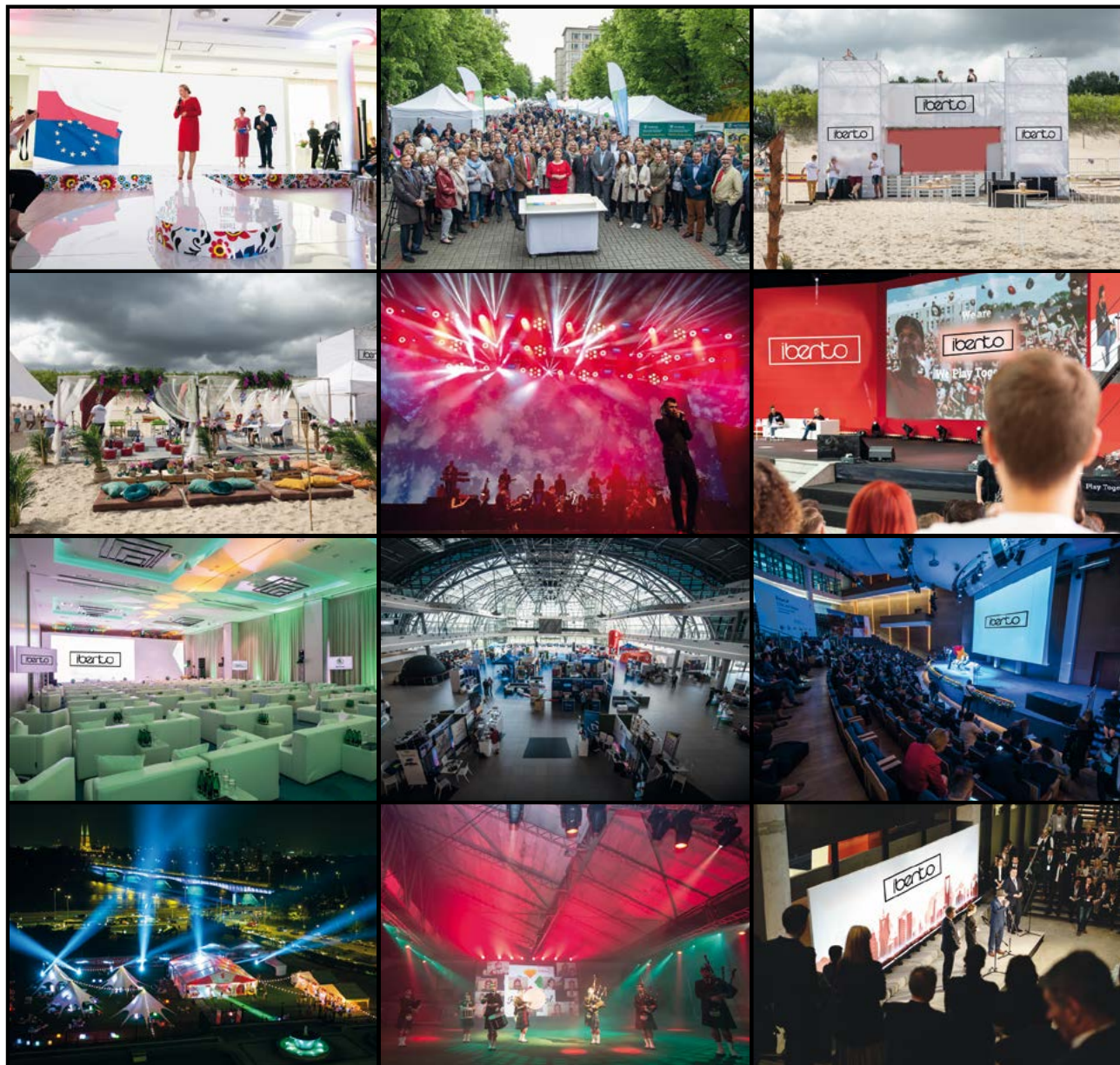


Event 10



Think. Feel. Do.



NOWY WYMIAR EVENT MARKETINGU

Szanowni Państwo,

Z wielką przyjemnością prezentujemy 10., jubileuszowe wydanie magazynu OOH event!

Dziękuję wszystkim tym, którzy uwierzyli w siłę budowania skutecznego event marketingu, nie tylko z wykorzystaniem digitalu czy social mediów, ale przede wszystkim za pomocą tradycyjnej formuły drukowanego magazynu.

Naszym celem było, jest i będzie, promowanie skutecznego event marketingu. O sile i skuteczności tych działań piszemy w tym wydaniu oraz online na stronie www.oohevent.pl.

Ten numer nawiązuje do tematyki tegorocznej konferencji EVENT MIX „Nowy Wymiar Event Marketingu”, dlatego przeczytacie w nim między innymi o skutecznym planowaniu i organizacji eventu, o narzędziach pracy event managera i o wykorzystywaniu wirtualnej rzeczywistości w przemyśle spotkań. W magazynie znajdziecie również

inspirującą rozmowę z Agatą Młynarską, która będzie gwiazdą konferencji EVENT MIX.

Najważniejszym elementem tego wydania OOH event! jest Katalog Targowy Strefy EVENT MIX 2019 podczas FestiwalMarketingu.pl. Zapraszam do zapoznania się z informacjami o dostawcach tej strefy. Katalog targowy znajduje się również w wyszukiwarce dostępnej online.

Zapraszam wszystkich tych, którzy zainteresowani są branżowymi nowinkami oraz ofertą współpracy z dostawcami eventowymi. Czekają na Was przedstawiciele obiektów, atrakcji, usług i wyposażenia eventów, cateringu, a także techniki scenicznej.

Do zobaczenia 18 i 19 września w EXPO XXI Warszawa!

Życzę sukcesów i miłej lektury!

Andrzej Kuczera
OOH event!



Dla pierwszych 10 osób, które polubią nas na Facebooku i wyślą wiadomość o treści „OOH event!” wysyłamy prezent niespodziankę. www.facebook.com/OOHevent

Wydawca: OOH event!
Al. Roździeńskiego 86a/IIIc
40-203 Katowice

tel./fax + 48 32 206 76 77
www.oohevent.pl

Dyrektor Generalny:
Andrzej Kuczera
andrzej@oohevent.pl

Redakcja:
Redaktor Naczelna
Jaga Kolawa - jaga@oohevent.pl

Redaktor, Marketing & PR
Magdalena Wilczak - magda@oohevent.pl

Dział graficzny:
Adam Piszczelok

ibento Sp. z o.o.

tel.: 22 629 05 80 | biuro@ibento.pl | www.ibento.pl

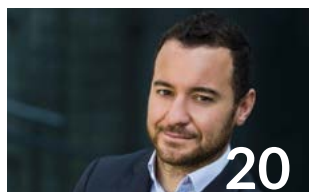
W celu zamówienia prenumeraty prosimy o kontakt z działem dystrybucji: tel. +48 / 32 / 206 76 77 | WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE. Redakcja OOH event! nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść reklam oraz ogłoszeń. Redakcja OOH event! nie odpowiada za treści nadsyłane przez reklamodawców. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za poglądy zawarte w zamieszczonych tekstach, a ich treść nie zawsze pokrywa się z przekonaniami redakcji OOH event!. Wszystkie teksty odzwierciedlają poglądy ich autorów. Wszelkie materiały zawarte w magazynie są własnością OOH event! i są chronione prawami autorskimi.



KATALOG WYSTAWCÓW



16
Wiem, jak robić swoje
Agata Młynarska



20
Nasze „oczko” w głowie
Davide Odella (EXPO XXI Warszawa)



22
Nowy wymiar organizacji eventów
Karina Jarecka (Hotel Julinek)



24
W pracy o pracy
Hubert Chołociński
(Vienna House Andel's Cracow)



26
Jak spełnić marzenie o udanym evencie?
Tomasz Ostoia
(Rezydencja Luxury Hotel)



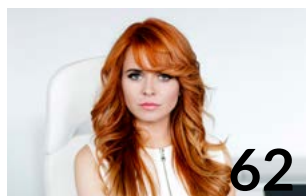
28
Z jakich narzędzi korzysta event manager w Polsce?



52
Catering z pasją na królewskim poziomie
Łukasz Królikowski
(Wersal Catering)



60
WE DO BIG!
Tomasz Dworak (BRAVE)



62
Event z orkiestrą
Adriana Piekarska
(Exclusive Event)



64
Jak zmieniały się imprezy integracyjne?
Paweł Haberka
(PowerEvents)



66
W grupie siła, czyli projekt eventowy na medal!



70
W jaki sposób wykorzystać optymalnie event marketing?
Robert Sosnowski
(Biurow Podróży Reklamy)



72
Dlaczego kocham organizować eventy?
Damian Haftkiewicz
(Agencja Stereomatic)



74
Codzienny festiwal pomysłów
Grzegorz Kieniksmian
(Rebelia Media)



82
Jak zaaranżować stoisko targowe dla Millenialsów?
Jacek Kisiąła
(Extend Vision)



84
Jak wygrać z czasem i opanować eventowy chaos?
Agnieszka Kaczmarek
(Grupa e4e)



86
Recepcja 2.0
by Cardilla



98
Technologiczny szal na eventach



106
Event z elektronicznym powerem

CATERING:
DELI CATERING | 54
FOTO BAR ARTUR DRZAZGA | 56
GOODO | 57
RESTAURACJA „ALEGLORIA” | 58
WERSAL CATERING | 51

OBIEKTY EVENTOWE / HOTELE:
BANK CLUB | 29
CENTRUM KONGRESOWE TARGI KIELCE | 46
CITYCOMFORT APARTHOTEL | 50
ENERGYLANDIA | 34
EXPO XXI WARSZAWA | 20 / 30 - 31
HOTEL EUROPA**** STARACHOWICE | 32
HOTEL JULINEK *** | 22
HOTEL MANOR HOUSE SPA **** | 37
HULAKULA | 35
ICE KRAKÓW | 7
MTP POZNAŃ | 36
NATURA MAZUR | 38
NOSALOWY DWÓR RESORT & SPA | 40
PIĘKNO | 42
REZYDENCJA LUXURY HOTEL **** | 26
SASSY | 44
TERMA BANIA | 48
VIENNA HOUSE ANDEL'S CRACOW | 24

AGENCJE EVENT:
AGENCJA POWER | 76
BIURO PODRÓŻY REKLAMY | 70
BRAVE | 60
CREATIVE AGENCY | 78
EXCLUSIVE EVENT | 62
GALAKTYKA EVENTU | 9
IBENTO | 2
M-DUO | 80
PLEJ | 19
POWER EVENTS | 64
REBELIA MEDIA | 74
STEREOMATIC | 72

WYPOSAŻENIE EVENTÓW:
COLORS OF DESIGN | 88
CONFETTI SYSTEM | 90
EXTEND VISION | 82
GRUPA e4e | 84
SILENT SOUND | 61
SPICE4SPACE | 92
STAR EVENT | 94
TSE GRUPA | 110
UKOO POLAND | 96

USŁUGI
MAZURKAS TRANSPORT | 69

ATRAKCJE NA EVENT:
BREMEX | 102
GALITSYNA | 109
LEGENDY MUZYKI ROZRYWKOWEJ | 63
MARIUSZ RUSIN - KONFERANSJER | 11
VENTURE TECHNOLOGY | 104

GADŻETY NA EVENT:
MODERN FORMS | 108

STREFA

EVENT MIX

18.-19.09.2019
EXPO XXI Warszawa

Partnerzy Strategiczni



Sponsor Złoty

EXCLUSIVE
EVENT

Partner Techniczny



Partnerzy



Patroni medialni



www.eventmix.com.pl

ADLOVE Sp.J.

01-919 Warszawa
ul. Wólczyńska 133 bud.6 lok.224
tel. +48 22 403 44 43
biuro@adlove.pl
www.adlove.pl



ADLOVE to producent i bezpośredni importer systemów reklamowych. Zaopatruje agencje reklamowe, drukarnie oraz firmy eventowe w systemy służące do prezentacji oferty oraz reklamy indoor-outdoor. Współpraca z ADLOVE to gwarancja wysokiej jakości produktów, profesjonalnej obsługi i atrakcyjnych cen.

ADSYSTEM

ul. Atramentowa 11
Bielany Wrocławskie
55-040 Kobierzyce
tel. 672 672 000
sales@adsystem.pl
www.adsystem.pl



Systemy wystawiennicze, Mobilne zabudowy targowe, Namioty reklamowe, Meble eventowe, Eventy, Druk cyfrowy, Druk wielkoformatowy, Displaye POS

ALTASOFT

Spółka z o.o. sp. k.

ul. Pukowca 15
40-847 Katowice
konferencje@altasoft.pl
www.altasoft.pl



Dostarczamy oprogramowanie głównie dla agencji eventowych i firm organizujących szkolenia. Stawiamy na interaktywność oraz wykorzystanie urządzeń mobilnych. Oferujemy: aplikacje mobilne, aplikacje konferencyjne, system przeprowadzania głosowań, quizów, system umożliwiający ocenę wykładów oraz zadawanie pytań SMS.

Animatria

ul. Ks. Kordeckiego 22, Marki
05-270 Marki
tel. 572 450 107
biuro@animatria.pl
www.animatria.pl



Organizujemy wszelkiego rodzaju eventy dla dzieci: od warsztatów i stref animacji po kompleksowe przygotowanie wydarzenia. Tworzymy indywidualne programy, budujemy dekoracje, a nasz profesjonalny zespół animatorów przeprowadza atrakcje z dbałością o każdy szczegół. Zapraszamy do zabawy!

AS-PARTY

ul. Świętojańska 24
98-290 Warta
tel. 508 092 523
kontakt@as-party.pl
www.as-party.pl



AS-PARTY przedstawia Vapshot – tajemniczą maszynę umożliwiającą spożywanie ulubionego przez Was alkoholu w formie pary do wdychania. Alkohol omija układ pokarmowy i jest wchłaniany bezpośrednio do krwiobiegu przez płuca. Vapshot przeznaczony jest na różne imprezy, eventy... Zapraszamy do smakowania.

AWIH

ul. Łopuszańska 53
02-232 Warszawa
tel. 22 500 18 59
biuro@awih.com.pl
www.awih.com.pl



Torby papierowe, Torby foliowe, Torby bawełniane, Opakowania, Nadruk na odzieży

BALLOON EXPEDITION

Ubocze 300
59-620 Gryfów Śląski
tel. +48 600 310 310
www.wyprawabalonem.pl



Jesteśmy doświadczonym, zgranym zespołem. Mamy pasję i chcemy ją realizować. Spełnimy najwyższe oczekiwania. Posiadamy Certyfikat AOC uprawniający do wykonywania komercyjnych lotów pasażerskich. Posiadamy najnowszy sprzęt, największy balon w Polsce i jedyny przeszklony kosz. Oferujemy niezapomniane loty balonem.

BATTLE ARENA - POLIGON MILITARNY

99-120 Piekary
tel. +48 604 856 661
+48 604 060 405
info@battle-arena.pl
www.battle-arena.pl



Lokalizacja to tylko jedna z głównych zalet terenu. Battle Arena usytuowana jest w geograficznym środku Polski (na skrzyżowaniu autostrady A1 i A2), gdzie na miejscu do Państwa dyspozycji znajduje się zurbanizowany poligon. Odbývają się tu wszelkiego typu eventy militarne jak i firmowe. Klimat miejsca, charakterystyka postapo terenu daje możliwość organizacji niezapomnianych eventów o nietypowym charakterze.

 **Kraków**

#icekrakow
>icekrakow.pl



KRAKÓW
CONGRESS
CENTRE

**ALL YOU NEED TO ENJOY
YOUR MEETING**

KRAKOWSKIE BIURO FESTIWALOWE – INSTYTUCJA KULTURY MIASTA KRAKOWA

Biuro Podróży Reklamy

ul. Turmoncka 22/ 1101
03-254 Warszawa
tel. 505 996 937
aga@biuropodrozyreklamy.com
www.BiuroPodrozyReklamy.com



Eksperci w kampaniach łączących social, web, mobile, search marketing, video, blog marketing, content marketing z ambientem technologicznym, marketingiem partyzanckim oraz innymi działaniami niestandardowymi i innowacyjnymi technologiami. Twórcy nowatorskich stron i aplikacji mobilnych.

Capitol Teatr & Club

ul. Marszałkowska 115
00-102 Warszawa
tel. +48 606 963 385
eventy@teatrcapitol.pl
www.teatrcapitol.pl



Teatr i Klub Capitol jest unikalnym miejscem na eventowej mapie Warszawy. Posiada: Dużą Scenę Teatralną, dwupoziomowy klub taneczny, Scenę Mniejszą, Teatralną oraz Foyer. Capitol to idealna przestrzeń do organizacji: imprez firmowych, spotkań integracyjnych, gali, konferencji i wiele innych.

DISCOVER - Park Elektronicznej Rozrywki

ul. Garażowa 4
02-651 Warszawa
tel. 537 079 408
touch@discovr.pl
www.discovr.pl



DISCOVER to największe w Polsce Centrum Wirtualnej i Rozszerzonej Rzeczywistości. Wykorzystujemy najnowsze technologie do tworzenia eventów, jakich nie zobaczycie nigdzie indziej. Łączymy team building i aktywność fizyczną z dobrą zabawą. Zapraszamy również do naszej strefy gastronomicznej i Pizzerii Ninja's Pizza. DISCOVER - 600 m² eventów w wirtualnym świecie.

EVENTROOM FILIP HAMERLA

ul. Szyszkowa 20 a
02-285 Warszawa
tel. 606 987 900
sekretariat@eventroom.pl
www.eventroom.pl



Eventroom dostarcza klientowi pełną usługę z zakresu obsługi technicznej każdego wydarzenia. Stale rozbudowuje bazę sprzętu i poszukuje atrakcyjnych rozwiązań. Zajmujemy się realizacją oświetlenia, nagłośnienia, multimedów, scenografii oraz tłumaczeń symultanicznych. Posiadamy bezprzewodowe dekoracje świetlne z pełną możliwością sterowania.

Blueform

ul. Armii Krajowej 25/7
44-330 Jastrzębie-Zdrój
tel. 32 471 00 84
biuro@blueformssoftware.pl
www.blueformssoftware.pl



BLUEFORM to firma programistyczna, która stworzyła innowacyjne narzędzie do pracy w firmie – FIRMOTRON. Jest to zbiór aplikacji pracujących na wspólnym pulpicie roboczym. Wśród aplikacji FIRMOTRONU znajdziesz EventMenager365, CRM365, Faktura365, Umowy365 i inne aplikacje, które pozwolą Tobie i Twoim pracownikom pracować efektywniej i bez pomyłek.

Colors of Design

ul. Żupnicza 17, 03-821 Warszawa
tel. +48 531 606 608,
ul. Marszałka Józefa Piłsudskiego 83,
42-500 Będzin, tel. +48 531 493 818
marketing@colorsofdesign.pl
www.colorsofdesign.pl



Wyróżnikiem firmy jest bogactwo wzorów i kolorów oferowanych mebli. Doświadczenie na rynku i współpraca przy największych eventach krajowych i zagranicznych, świadczy o tym, że Colors of Design to solidny partner przy organizacji projektów eventowych.

EVENT LIVE

Legionowa 31A
00-01 Warszawa
tel. 726 383 689
newsy@event-live.pl
www.event-live.pl



Event Live to portal poświęcony branży eventowej. Kreuje inspirujące i bogate merytorycznie treści, zachowując przy tym lifestyle'owy charakter. Odbiorcami są w dużej mierze event managerowie, podwykonawcy, dostawcy usług eventowych i korporacje. Artykuły są dostosowane do różnych grup odbiorców, w związku z czym każdy znajdzie coś dla siebie. Event Live jest skutecznym i cenionym medium, które edukuje, inspirowa i obala mity. Na łamach portalu publikowane są wypowiedzi ekspertów, wywiady, nowinki z branży, innowacje.

EXCLUSIVE EVENT

ul. Magazynowa 21
40-421 Katowice
tel. 32 209 75 07
790 518 598
www.exclusive-event.pl



Od 13 lat jesteśmy bezwstydnie zakochani w strategicznym planowaniu oraz organizowaniu eventów. Naszą misją jest łamać standardy, zaskakiwać, serwować niezapomniane emocje oraz tworzyć nową, innowacyjną rzeczywistość w świecie eventów. Jesteśmy prekursorami wielu niebanalnych kreacji na polskim rynku eventowym i niekwestionowanym liderem w zakresie event marketingu.

Wiedza, która jest ważna

26-27 marca 2020

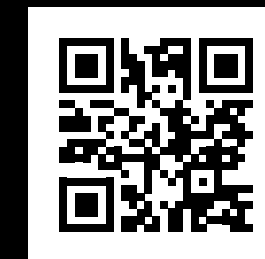


Konferencja branżowa z kosmicznymi ambicjami.
Wiedzą popartą w badaniach.
Networking z merytorycznym tłem.
Edukacja z szerokiego spektrum tematów.

Rejestracja konieczna. Ograniczona liczba miejsc.
Bilety Early Birds dostępne.
Miejsce: Katowice/Śląsk

 fb.com/GalaktykaEventu

ZAREJESTRUJ SIĘ
NA STRONIE



galaktykaeventu.pl

Partner merytoryczny:



Patronat medialny:



Partner lokalny:



ODKRYJ ŚLĄSK NA NOWO
FESTFAJNIE.PL

EXPO XXI Warszawa

ul. Prądyńskiego 12/14
01-222 Warszawa
tel. 22 256 7100
sales@expoxxi.pl
www.expoxxi.pl



Expo XXI Warszawa to nowoczesne miejsce w sercu stolicy, przygotowane do profesjonalnej obsługi wszelkiego rodzaju wydarzeń specjalnych. Popularny i lubiany obiekt zlokalizowany przy ulicy Prądyńskiego 12/14, gości w ciągu roku ponad 200 różnego rodzaju wydarzeń, także cyklicznych, w tym eventy, targi, kongresy, gale, konferencje, wystawy, koncerty, pokazy mody, imprezy sportowe i kulturalne. Pokazy mody, Wystawy, Imprezy kulturalne i sportowe.

FAZAB

ul. Łukowa 1/26
02-767 Warszawa
tel. 666 666 979
info@faza.be
www.faza.be



Firma FAZA jest odpowiedzią na ciągle rosnące zainteresowanie tematyką szeroko rozumianego team buildingu. Wychodzimy naprzeciw pracowniczej integracji, zwiększenia motywacji i poprawy relacji panujących w firmie, co w połączeniu ze świetną zabawą, daje gwarancję realizacji tych celów.

Karol Frón

ul. Bialska 55/7
42-202 Częstochowa
tel. +48 731 555 524
karol.fron@smc24.pl



Pomagam zwiększać skuteczność telefonicznych działań sprzedaży i modernizuję działy handlowe poprzez wdrożenie innowacyjnych modeli zarządzania i przywództwa. Wiem co robię. Wykonałem 30 000 rozmów handlowych, zatrudniłem w firmie ponad 4000 pracowników w ciągu 6 lat. Napisałem 4 książki, jestem praktykiem i uczę tego, co działa.

GOODO

ul. Baletowa 115 B
02-867 Warszawa
tel. + 48 601 55 77 51
biuro@goodo.pl
www.goodo.pl



- sprzedaż i dzierżawa profesjonalnych maszyn do kawy (Rancilio/EGRO)
- serwis gwarancyjny i pogwarancyjny
- sprzedaż kawy wysokiej jakości
- profesjonalne szkolenia dla baristów.

Extend Vision Sp. z o.o.

ul. Kamienna 43
31-403 Kraków
tel. +48 12 41 55 111
biuro@extendvision.pl
www.wystawa.pl



Podświetlane systemy wystawiennicze NextGO, PressWall light.
Zabudowa targowo-konferencyjna.

FOTO BAR ARTUR DRZAZGA

ul. Paderewskiego 8
42-660 Kalety
tel. 730 585 007
biuro@fotobar.com.pl
www.fotobar.com.pl



Coctail bar, Barman, Bar kawowy, Barista, Bar Prosecco, Candy bar,
Fotobudka Lustro, Fotobudka z gadżetami, Videobudka, Eventy

GALITSYNA Art Group

ul. Belgradzka 4 lok. U14
02-793 Warszawa - Ursynów
tel. 881 316 427
office@galitsyna-show.com
www.galitsyna-show.com



Dedykowane Pokazy Sztuk Wizualnych na Eventy Firmowe:
Malowanie Piaskiem, Malowanie Światłem, Speed Painting Show,
Gwiezdne Show, Malowanie na Wodzie, Malowanie Śniegiem. Stworzymy indywidualny scenariusz pokazu na Wasze wydarzenie.
Teatr Piasku Tetiany Galitsyny: Spektakle i Koncerty.

GRUPA HATOR

ul. Łukiska 5/2
04-123 Warszawa
tel. +48 505 224 866
hello@grupahator.pl
www.grupahator.pl



Mamy narzędzia do tworzenia dobrego czasu. Prawdę mówiąc mamy cały warsztat narzędzi.
Graj w kapsle - odkurzyliśmy najfajniejszą grę z czasów PRL-u i opakowaliśmy ja w nowoczesną formę, dzięki czemu na nowo bawi wszystkie pokolenia. Jak to robimy: Wypożyczamy stoły do gry w kapsle, produkujemy kapsle z grafiką klienta.
Grupa Hator - dobrze bawimy!

Prowadzę:

- Gale wieczorowe
- Konferencje
- Pokazy mody
- Team building
- Targi
- Premiery
- Wręczenie nagród
- Koncerty
- Jubileusze
- I wiele innych



www.mariuszrusin.com



mariuszrusinkonferansjer

Mariusz Rusin

Konferansjer, który nie boi się wyzwań

Dlaczego konferansjer? Cenię sobie kontakt z ludźmi tak samo, jak cenię rolę, w której mogę wcielić się w gospodarza wydarzenia, gdzie mam okazję do wystąpień i interakcji z publicznością. Cieszę mnie chwile, podczas których potrafię ją zaciekawić, zaangażować i rozśmieszyć. To jest właśnie powód, który sprawia, że każdy event jest dla mnie wyjątkowy.

5 1 0 6 4 0 4 8 0

GRUPA TSE

ul. Domaniewska 18
05-800 Pruszków
tel. 22 110 00 17
biuro@tse.com.pl
tse.com.pl



Techniczna obsługa imprez: oświetlenie, multimedia, nagłośnienie, elementy sceniczne, sceny, zadaszenia, akcesoria scenograficzne. Nowoczesne technologie: BlackTrax, Kinex, Disguise, 4K. Wypożyczalna sprzętu: e-rental.com.pl

Hotel Europa**** Starachowice

ul. Radomska 76a
27-200 Starachowice
Tel. 41 276 78 00
rezerwacja@europa-hotel.pl
www.europa-hotel.pl



Największy hotel w woj. świętokrzyskim - doskonałe miejsce na zorganizowanie eventu czy konferencji. Hotel posiada 350 miejsc noclegowych, 9 sal konferencyjnych o łącznej powierzchni 1100 m². Odпочыnek zapewni Strefa Relaksu: bezchlorowy basen, sauny, jacuzzi, siłownia oraz kort do Squash`a.

M-DUO s.c.

ul. Grupy AK Północ 4/43
00-713 Warszawa
tel. 692 175 709
biuro@m-duo.pl
www.m-duo.pl



Wielokrotnie nagradzana w branży firma M-DUO istnieje na rynku już od ponad 10 lat i nieustannie się rozwija. Skutkiem tego jest stworzenie dwóch działów współpracy - M-DUO Event Support, specjalizujący się w organizacji personelu pomocniczego do obsługi eventów oraz M-DUO Model Management, koncentrujący się na modelingu oraz kontraktach zagranicznych.

Mariusz Rusin

tel. 510 640 480
biuro@mariuszrusin.com
www.mariuszrusin.com



Prowadzący na każdą okazję. Próbował swoich sił w roli handlowca, trenera, modela, czy aktora. Drogę do obecnej profesji ugotowała mu także praca przy produkcjach telewizyjnych. Wszystkie dotychczasowe doświadczenia ukształtowały go, przez co nie boi się stwierdzić, że jako konferansjer jest przygotowany na każdą okoliczność.

Hotel Julinek

Julinek 1
05-084 Leszno k/ Warszawy
tel. 22 611 61 22/26
sprzedaz@julinek.com.pl
www.julinek.com.pl



Hotel Julinek *** to obiekt położony na terenie Kampinoskiego Parku Narodowego. Usytuowanie niedaleko Warszawy oraz bliskość natury sprawiają, że jest to doskonałe miejsce na organizację szkoleń, konferencji oraz innych spotkań biznesowych. Na terenie znajdują się historyczne budynki Dużej i Małej Areny, które przeszły gruntowną rewitalizację, dzięki której zostały przystosowane do organizacji wydarzeń kulturalnych, rozrywkowych i biznesowych.

Hulakula Rozrywkowe Centrum Miasta

ul. Jagiellońska 82b
03-301 Warszawa
eventy@hulakula.com.pl
www.hulakula.com.pl



Hulakula Rozrywkowe Centrum Miasta, to nowoczesna i największa przestrzeń rozrywkowa w Warszawie o powierzchni przekraczającej 6 tys. m². Plastyczna przestrzeń nowej siedziby Hulakula, daje ogromne możliwości aranżacji i budowania autorskich koncepcji eventowych.

Melon Catering

ul. Centralna 1
02-271 Warszawa
tel. 22 644 28 14
biuro@meloncatering.pl
www.meloncatering.pl



Zaspokojone podniebienie wymagającego gościa to dla nas cel nadrzędny. Jako firma cateringowa rozwijamy naszą pasję nieprzerwanie od 25 lat, dzięki czemu dysponujemy doświadczeniem, fachową wiedzą, rozbudowanym zapleczem gastronomicznym oraz profesjonalnym, kreatywnym personelem.

MeetingPlanner.pl

ul. Złota 9/30
00-019 Warszawa
tel. +48 22 100 57 47
redakcja@meetingplanner.pl
www.meetingplanner.pl



MeetingPlanner.pl – portal adresowany jest do przedstawicieli branży spotkań, organizatorów wydarzeń, reprezentujących zarówno korporacje, stowarzyszenia, agencje, jak i dostawców usług. Portal jest organizatorem konkursu MP Power Awards® oraz spotkań B2B jak MP MICE Tour®, MP Fast Date®, cyklu MP MICE & more®.

Pomoc Holistyczna

ul. Nugat 9 / 37
02-776 Warszawa
tel. 662 140 514
kontakt@pomoc-holistyczna.com.pl
www.pomoc-holistyczna.com.pl



Firma Pomoc Holistyczna oferuje usługi w zakresie masażu biurowych, eventowych oraz prelekcji o zdrowiu, które prowadzi Pani Małgorzata Dec- twórcza masażu biurowego, mówca motywacyjny. Nasz zabieg urozmaici każde wydarzenie konferencyjne oraz plenerowe, uspokoi umysł, zrelaksuje. Zapraszamy do kontaktu!

KLEEN-TEX POLSKA Sp. z o.o.

ul. Fabryczna 5/12
26-130 Suchedniów
tel. 41 267 25 00
info@kleen-tex.pl
kleen-tex.pl



Maty reklamowe, Maty z logo, Maty graficzne, Reklama wielkoformatowa, Reklama zewnętrzna, Druk wielkoformatowy, Eventy, Nadruk sublimacja, Nadruk na gadżetach, Outdoor

MOOVETEAM POLAND

ul. Franciszka Płocka 7 lok. 28
94-106 Łódź
tel. 604 856 661, 791 856 661
poland@mooveteam.com
www.facebook.com/mooveteampoland



Do Polski zawiął system Moove – platforma do tworzenia gier terenowych, teambuildingowych, quizów (dziennych jak i wieczornych, np. z wiedzy o firmie), escape roomów i wielu innych gier tematycznych. System wprowadza nową technologię do branży eventowej. Każdy może ograć grę w chmurze, która następnie jest uruchamiana na iPadach z całą nową technologią, którą mamy na naszych smartfonach. System dostępny jest dla wszystkich agencji eventowych, hoteli, firm realizujących gry terenowe, miejskie, escape roomy.

Hotel Natura Mazur Resort & Conference****

Warchały, ul. Brajnicka 1
12-122 Jedwabno
recepca@naturamazur.pl
konferencje@naturamazur.pl
www.naturamazur.pl



Natura Mazur Resort & Conference Warchały to wyjątkowy Hotel na Mazurach łączący troskę o szczegóły z nowoczesnymi aranżacjami. Przytulne wnętrza i piękne otoczenie pozwolą Państwu spędzić tu wyjątkowy czas. Hotel stanowi doskonałą lokalizację do zorganizowania eleganckiego przyjęcia lub konferencji biznesowych.

Lubelskie Centrum Konferencyjne w Lublinie

ul. Artura Grottgera 2
20-029 Lublin
tel. 81 718 09 00
lck@lcklubelskie.pl
www.lcklubelskie.pl



LCK to nowoczesna przestrzeń o najwyższych standardach organizacji różnych wydarzeń biznesowych. Obiekt o powierzchni 13 tys. m² oferuje 11 sal konferencyjnych mieszczących 20-400 os., pokoje biznesowe i przestronne atrium. LCK to zespół profesjonalistów w pełni dedykujących swoją wiedzę i doświadczenie w realizowane zadania.

LUVA Handmade Menu

Jagur Tomasz Chwiłowicz

ul. Dworcowa 62
62-400 Słupca
tel. +48 63 274 32 10
luva@luva.menu
www.luva.menu



LUVA Handmade Menu to skórzane akcesoria dedykowane hotelom i restauracjom. Bogatą ofertę kart menu, teczek hotelowych oraz akcesoriów kelnerskich cechują europejskie materiały, ręczne wykończenia i dbałość o szczegóły. Różnorodność dodatków i wykończeń sprawia, że każdy z produktów jest niepowtarzalny.

New Systems

ul. Hoża 86/410
00-862 Warszawa
tel. 690 991 844
patrycja@newsystems.pl
www.newsystems.pl



Kompleksowy program do zarządzania eventami, aby Twój proces zarządzania projektem na wszystkich jego etapach odbywał się w kontrolowany i efektywny sposób. Magazyn, Kalendarz, Ekipa, Zadania, Finanse, Kosztorysy i wiele innych rozwiązań, które ułatwią prace w Twojej firmie. Sprawdź Demo bez opłat.

OLIGO

KREATYWNE EVENTY DLA DZIECI

ul. Dominikańska 9 bud. 1C
02-738 Warszawa
+48 516 510 080
biuro@oligo.com.pl
www.oligo.com.pl



OLIGO jest firmą eventową wyspecjalizowaną w tworzeniu eventów dedykowanych dzieciom i rodzinom. Nasz stały zespół pracowników, własny magazyn oraz duże grono stałych klientów i doświadczenie 5 lat działalności to gwarancja sukcesu Twojego wydarzenia. My eventy tworzymy z dziecięcą fantazją.

Rezydencja Luxury Hotel****

ul. Stara 1
41-940 Piekary Śląskie
tel. +48 800 933 407
repcja@rezydencjahotel.pl
www.rezydencjahotel.pl



Rezydencja, będąca nie tylko czterogwiazdkowym hotelem, stworzona została do organizacji jubileuszy i konferencji biznesowych. Przyjęcia odbywają się na Sali Balowej, Kryształowej i Bankietowej, które razem mieszczą do 350 gości. Latem, w Ogrodzie Rezydencji odbywają się koncerty, targi i inne imprezy plenerowe.

SEVEN EVENT GROUP

ul. Franciszka Płocka 7 lok. 28
94-106 Łódź
tel. 604 856 661, 601 856 661
biuro@seven.info.pl
www.seven.info.pl



Seven event group to bezpośredni wykonawca eventów integracyjnych, imprez tematycznych, spotkań firmowych, konferencji i jubileuszy. To zespół specjalistów z branży eventowej - młodych, kreatywnych ludzi, którzy uwielbiają nowe wyzwania. Stawiają na oryginalność, innowacyjność, a przede wszystkim jakość przeprowadzanych wydarzeń. To właśnie w Seven rodzą się nowe pomysły, a każdy detal imprezy jest szczegółowo przemyślany.

Świat Eventów

Legionowa 31A
00-01 Warszawa
tel. 502 126 386
biuro@swiateventow.com
www.swiateventow.com/pl



Świat Eventów to Platforma Edukacji Eventowej, której misją jest profesjonalizacja systemu kształcenia organizatorów wydarzeń. Oferujemy szeroki wachlarz tematyczny szkoleń dla event managerów. Nasze programy szkoleniowe bazują na 12 letnim doświadczeniu w organizacji wydarzeń oraz 7 letniej praktyce szkoleniowej.

Teatr Kamienica

Al. Solidarności 93
00-144 Warszawa
tel. 601 197 157
event@teatrkamienica.pl
www.teatrkamienica.pl



Z jednej strony eleganckie i stylowe wnętrza, z drugiej – ciepły, przytulny klimat. Trzy sceny i nieograniczone możliwości techniczne sprawiają, że Teatr Kamienica to nie tylko serce kulturalnej Warszawy, lecz również przestrzeń dla wyjątkowych eventów - bankietów, konferencji, koncertów, a nawet pokazów mody.

Sheraton Catering Service

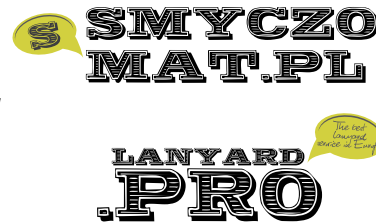
Bolesława Prusa 2
00-493 Warszawa
tel. 730 307 383
www.sheratoncatering.pl
Joanna.Janecka-Mróż@sheratonhotels.com



Nowoczesny catering idealny na spotkania biznesowe, konferencje i bankiety, uroczystości rodzinne czy pikniki. Pięciogwiazdkowa jakość menu i obsługi, ponad dwudziestoletnie doświadczenie i indywidualne podejście to nasze znaki rozpoznawcze. Zapraszamy do współpracy na terenie całego kraju.

SMYCZOMAT.PL PROSFERA.PL

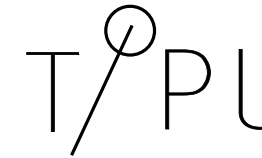
ul. Makowa 1, 30-650 Kraków
tel. 12 4140030
info@smyczomat.pl
www.smyczomat.pl
www.lanyard.pro



Od piętnastu lat realizujemy dla Was smycze reklamowe pod marką Prosfera. W tym czasie udało nam się doskonale przygotować zaplecze produkcyjne, zbudować dużą bazę klientów, wypracować relację, ale co najważniejsze poznać Wasze potrzeby i oczekiwania. Odpowiedzią na większość z nich, jest serwis do samodzielnego składania zamówień Smyczomat.pl.

TIPU

ul. Tuwima 97, lok. 33
90-031 Łódź
tel. +48 578 471 278
kontakt@tipu.pl
www.tipu.pl



Stylowe upominki reklamowe produkowane w Polsce. Przejadły Ci się powtarzalne, plastikowe gadżety? Jakość i ekologia są dla Ciebie ważne? Odezwij się do nas i sprawdź, co możemy dla Ciebie zrobić. Odpowiemy błyskawicznie i przygotujemy wizualizacje gratis.

UKOO

ul. Krasińskiego 108
05-080 Izabelin
tel. 22 112 10 30
info@ukoo.pl
www.ukoo.pl



Jesteśmy wyłącznym dystrybutorem namiotów firmy RHI będącej liderem w produkcji i rozwoju najwyższej klasy namiotów Stretch. Profesjonalizm, pasja, najwyższa jakość i elastyczność to nasze atrybuty. Zespół Ukoo nie boi się wyzwań. Pomozemy Wam zrealizować każde wydarzenie.

Sniper Events

Przepiórcza 3a
11-041 Olsztyn
www.sniper.pl



Firma Sniper Events to od 20 bezpośredni wykonawca szerokiego spektrum imprez integracyjnych. Działa zarówno w obszarze outdoor (pikniki, teambuilding, gry terenowe, offroad) jak i w obszarze indoor (kasyno, wieczory taneczne, gale, VR). Firma wykonuje około 700 różnego rodzaju realizacji rocznie, głównie z wykorzystaniem własnego sprzętu. Posiadamy rozbudowane centrum badawczo-rozwojowe eventów.

SPICE4SPACE

ul. Ślusarska 9
30-710 Kraków
tel. 513 149 416
kontakt@spice4space.pl
www.spice4space.pl



Spice4Space to niezwykła wypożyczalnia mebli eventowych i multimedialnych, akcesoriów oraz modułowych scenografii i zabudowy targowej. Wszystko, czego potrzebuje niezwykle event, w dowolnym miejscu. Lubimy unikalność, tak jak Ty. Dlatego większość pozycji z katalogu oferujemy jako jedyni w Polsce!

ULTIMA DISPLAYS POLSKA

ul. Handlowa 3
83-000 Pruszcz Gdański
tel. 58 765 75 33-34
biuro@ultimadisplays.pl
www.ultimadisplays.pl



Ultima Displays to partner dla firm zajmujących się reklamą i komunikacją wizualną. Obszerna oferta to nie tylko dostępne od ręki systemy, ale także projektowane i produkowane w siedzibie firmy konstrukcje oraz stoiska targowe.

Venture Technology s.c.

Ul. Starowiejska 343,
24-310 Karczmiska Drugie
tel. +48 600 248 903
mm@venturetechnology.pl
www.venturetechnology.pl



Venture Technology to zespół inżynierów, którzy w oparciu o nowe technologie tworzą unikalne gry interaktywne. Celem gier jest przyciągnięcie uwagi i zaangażowanie uczestników wydarzeń. Głównym obszarem działań firmy jest wynajem i kompleksowa obsługa urządzeń stworzonych według własnych pomysłów.

STAR EVENT

ul. Śródkowa 29a
05-816 Opacz Kolonia, Warszawa
tel. 730 360 700
biuro@starevent.pl
www.starevent.pl



Star Event to innowacyjna firma, z którą urządzisz każde wydarzenie, konferencję czy spotkanie reklamowe. Dostajesz gwarancję, że jej atmosfera na długo zostanie w pamięci gości. Tworzone aranżacje meblowe sprawiają, że każdy uczestnik wydarzenia może poczuć się jak VIP. Wydarzenia to doświadczenia - dlatego przykładamy wagę do tego, by doznania ich uczestników były warte wspomnień.

STOISKA24.pl Karol Salawa

ul. Franciszkańska 9
26-060 Chęciny
tel. 602 502 118
biuro@stoiska24.pl
www.stoiska24.pl



Indywidualne stoiska targowe, dostosowane do Twojej firmy.

ZENonVR

ul. Jagiellońska 9
44-100 Gliwice
tel. 32 445 71 79
eventy@zenonvr.com
eventy.zenonvr.com



Pozwalamy gościom różnego rodzaju imprez zanurzyć się w pełnym niesamowitości świecie. Organizujemy stanowiska wirtualnej rzeczywistości, oferujemy symulatory VR własnego pomysłu. Jeśli potrzebny Ci nietypowy pomysł na event dla klientów, potencjalnych partnerów lub po prostu na zwykłe przyjęcie dla znajomych - po prostu zadzwoń do Zenona.





WIEM, JAK ROBIĆ SWOJE

Z Agatą Młynarską dziennikarką, producentką i niekwestionowaną królową szklanego ekranu rozmawiamy o jej początkach w mediach, współpracy z Jurkiem Owsakiem, zmieniającym się świecie telewizji, potrzebie niesienia pomocy i wielkich realizacjach.

Podobno w dzieciństwie chciała Pani zostać nauczycielką. Marzenia poszły w kąt i stała się Pani jedną z najbardziej rozpoznawalnych prezenterek telewizyjnych. Jak wyglądała ta droga?

To prawda chciałam być nauczycielką i nawet przez chwilę nią byłam. Skończyłam na Uniwersytecie Warszawskim wydział filologii polskiej. Przez pewien czas pracowałam w jednym z najlepszych warszawskich liceów i utrzymywałam się też z korepetycji. Nawet kiedy zaczynałam pracować w telewizji, miałam pod swoją opieką uczniów, których przygotowywałam do matury. Czułam jednak, że atmosfera pokoju nauczycielskiego jest trochę nie dla mnie. Miałam znakomity kontakt z uczniami, ale w szkole jako instytucji nie czułam się najlepiej. Dlatego ostatecznie nie zdecydowałam się na tę pracę.

Pod koniec studiów usłyszałam, że jest konkurs na prezenterów do Wiadomości w TVP1. Był rok 89' wszystko w Polsce się wtedy zmieniało i na tej fali zmieniały się też media. Trafiłam do telewizji i poczułam, że to jest praca moich marzeń. Z ludźmi, w ruchu, gdzie cały czas dzieje się coś nowego. Piszę resztą o tym w mojej książce „Moja wizja”.

Nazwisko Młynarska pomagało czy przeszkadzało?

Nazwisko Młynarska zawsze mi pomagało i przeszkadzało zarazem. To się stale ciekawie zmienia, ponieważ na samym początku, w latach 80. i 90. mój ojciec był u szczytu popularności. Ludzie go absolutnie uwielbiali. Bo wtedy artyści byli traktowani nie jak celebryci, tylko jak prawdziwi twórcy, „gwiazdy” budzące respekt, szacunek. Nie było mediów plotkarskich, o życiu prywatnym znanych osób nie spekulowano, tak jak teraz. Pisano za to o ich doniesie-

niach artystycznych, to było ważne. Więc ja w swoje życie zawodowe, wchodziłam z nazwiskiem, które było znane wszystkim. Oczywiście na samym początku to przeszkadzało; było trudne dla dziecka, które chciało mieć swoją odrębność, ale słyszało... „ty musisz być tak dobra jak ojciec”. Twój tata skończył polonistykę z wyróżnieniem, to od Ciebie oczekujemy 10 razy więcej. I myślisz sobie: a gdzie jest moja tożsamość, a może ja nie jestem taka dobra jak ojciec? Poza tym każdą rzecz, którą się robi, widać i słyszą bardziej. Przejdziesz przed kogoś w kolejce niechcący, głośniejsz się odezwiesz to mówią, że Młynarski nie wychował córki... Krótko odpowiadając na to pytanie, na początku znane nazwisko może pomóc, ale później już jest tylko trudniej, bo zobowiązuje. A ty wciąż musisz udowadniać, że na nie zasługujesz.

Była Pani świadkiem telewizyjnych rewolucji w 1989 roku. Jak przedstawia się historia tego medium z Pani perspektywy?

To pytanie jest na książkę, więc ja mogę tylko powiedzieć, że miałam dane uczestniczyć w jednym z najważniejszych skoków historycznych, jeżeli chodzi o przemiany w telewizji. Zmieniło się wtedy wszystko, przyszli nowi ludzie, ale ja od samego początku wiedziałam, że telewizja nie jest wdzięcznym miejscem do pracy. Jest przede wszystkim narzędziem politycznym, co obserwujemy do dzisiaj. Byłam też świadkiem narodzin telewizji Polsat, później TVN. Wówczas nikt tego nie traktował poważnie i nie uważał tych kanałów za konkurencję. Wszyscy raczej myśleli, że hegemonia Telewizji Polskiej jest niepokonana. Kiedy jednak przyszły pierwsze badania oglądalności i okazało się, że serial „Kiepscy” bije na głowę wszystkie inne programy, to zrobiło się ciekawie. Narodziła się kompletnie inna rzeczywistość telewizyjna tak, jak teraz widzimy wielką zmianę polegającą na rozkwicie telewizji w Internecie.

Współtworzyła Pani wraz z Jurkiem Owsakiem podwaliny Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy w programie „Róbta, co chce-ta!”. Takiego programu i wydarzenia nie było do tej pory w Polsce. Co spowodowało, że stała się Pani częścią tego projektu?

Pracowałam w Telewizyjnej Dwójce, byłam dziennikarką, prezenterką, ale również z powodu mojej troszkę innej powierzchowności, innego sposobu ubierania się, typu: jeansy, biała koszula, t-shirt, płaskie buty, czarna marynarka, jeansowa kurtka, byłam trochę inna wizerunkowo. Jedna z dziennikarek, która przyprowadziła Jurka Owsiaaka do telewizji powiedziała mi: słuchaj, potrzebujesz fajnej dziewczyny w swoim programie, znam taką. Przedstawiła mnie i my natychmiast poznając się na korytarzu, poczulśmy, że jesteśmy z tej samej bajki, śmiesz nas to samo; ja natychmiast zrozumiałam o co mu chodzi. Cały ten świat koloru, odwagi, szaleństwa, był czymś innym. Wówczas w szarym, dopiero budzącym się do życia kraju, było to dość kontrowersyjne. Kiedy podjęłam decyzję, że łączę się z Owsakiem usłyszałam od wielu osób, że popełniam fundamentalny błąd, że powinnam się zajmować rzeczami poważnymi, np. reportażami. Że jak to możliwe, że dziennikarka z ambicjami łączy się z facetem, który się jąka i nosi brudne buty. Ja od samego początku wiedziałam, że Jurek to niesamowicie intrygująca osobowość i że to przynajmniej będzie coś innego i twórczego. Wtedy pomyślałam, sobie: nie będę jedną z wielu prezenterek! Przecież to nie jest żadne wyzwanie, wyzwaniem za to jest zrobić coś, czego nie zrobił nikt inny i bawić się tą pracą. Przy okazji możemy pomagać innym wykorzystując narzędzie, jakim jest telewizja. Uważam, że najważniejsze w telewizyjnej pracy jest wykorzystywanie jej do zmiany świata na lepsze. Nie dla samego występowania, nigdy mnie to nie interesowało i rozumiałam to dzięki Owsiakowi.

Czy Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy zajmuje wciąż specjalne miejsce w Pani sercu?

Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy dawała poczucie, że zmieniamy kraj... absolutnie, rozbijamy ściany, które były nie do przebiccia, otwieramy



fot. Jan Bogacz / TVP / East News

drzwi, które były kompletnie zamknięte i nikomu nawet się nie marzyło, żeby sięgnąć po klucz. Orkiestra ten klucz zdobyła i otworzyła te drzwi, wpuściła nowe powietrze do telewizji. Zjawili się młodzi „zakręceni” ludzie, dzieciaki z pofarbowanymi włosami z nową muzyką, wszędzie pojawiały się czerwone serduszka. Tego wcześniej nikt w Polsce nie zrobił. Na początku patrzono na nas trochę jak na wariatów, ale Polska tego potrzebowała. Fantastyczne jest to, że jeżeli ktoś jest prawdziwą osobowością, jest autentyczny do bólu, to ludziom nie przeszkadza to jak wygląda czy, że się jąka. Dlatego też fenomen Jurka Owsiaaka trwa do dzisiaj. Od samego początku współpracuję z Wielką Orkiestrą w różnych formułach. Teraz jesteśmy z Jurkiem w jednej stacji, w TVN, a ja w ubiegłym roku nadawałam na żywo z jednego z największych sztabów w Łodzi. To było dla mnie poruszające, bo znowu byliśmy razem. Dwa lata temu wspólnie z rodzeństwem przekazaliśmy na WOŚP jeden z najważniejszych rękopisów taty z piosenką „Róbmy swoje”. Nie wyobrażam sobie, żeby nie wspierała Jurka.

Udziela się Pani w licznych kampaniach społecznych, m.in. działa na rzecz rodzinnych domów dziecka. Dlaczego warto pomagać?

Bardzo proste, a zarazem trudne pytanie. Im dłużej żyję, tym bardziej jestem przekonana, że warto pomagać dla samego siebie. To ma przede wszystkim znaczenie dla mnie, jako małej części wielkiego wszechświata. To, że przy okazji ktoś czerpie z tego korzyść, radość, też jest ważne. Ale przede wszystkim ja realizuję swój „plan życia” na ziemi i to jest najistotniejsze w pomaganiu. Nie to, że robisz coś dla kogoś - dla siebie to robisz. Jest w tym „pozytywny egoizm” - ja się lepiej czuję kiedy pomagam. Czuję, że robię coś wartościowego i to uzasadnia mój sens istnienia.

Nie pojawia się Pani tylko w telewizyjnym oknie. Koncerty, festiwale, gale – jak Pani się czuje w tym eventowym żywiole?

Ten „eventowy” żywioł pojawił się jeszcze kiedy pracowałam w TVP. Wtedy łączyłam w swojej pracy najróżniejsze formy aktywności telewizyjnej: od występowania w maleńkim studiu, przez pisanie scenariuszy, montowanie, przynoszenie starszym koleżankom kawy, po gigantyczne sceny Sylwestrowe, kiedy trzeba było wszystko przygotować, napisać,

wyprodukować i na końcu stanąć na tej scenie i zobaczyć 700 tysięcy ludzi przed sobą. Nie będę ukrywać, że jest to uczucie, które uwielbiam! Jest to dla mnie najbardziej przyjemna część aktywności telewizyjnej, którą traktuję jak najpyszniejszy deser. Takich dużych gal robiłam sporo. Kiedy publiczność zaczęła mnie kojarzyć z atmosferą, którą tworzę na scenie, byłam coraz częściej zapraszana do ich prowadzenia. Bardzo lubię być na scenie przed publicznością, lubię mieć z nią kontakt. I tu dotykamy bardzo ważnej sprawy - żeby pojawić się na scenie, i żeby to się nam udało, trzeba wiedzieć po co się na tą scenę wychodzi. Bo tylko po to, żeby ładnie wyglądać i się uśmiechnąć, to za mało. Ja muszę mieć powód do wyjścia na scenę, bo jeżeli w ten sposób wyjdę, to ludzie mnie „kupią”, nawet jeżeli nie wszystkim się podobam, bo wolą brunetki albo podoba im się Grażyna Torbicka. „Kupią” mnie, ponieważ jestem prawdziwa i mam im do przekazania jakąś szczerą w ważnej sprawie, np. chcę zapowiedzieć koncert jubileuszowy... Wszystko to musi być autentyczne. Ja to uwielbiam, robię to bardzo chętnie i nie ukrywam, że teraz trochę mi tego brakuje.



fot. VIPHOTO00 / East News

Kunsztu estradowego uczyła się Pani od najlepszych. Kto był wzorem, może mistrzem?

Wychowywałam się w otoczeniu mistrzów, między innymi wielkich aktorów, którzy tworzyli koloryt naszego domu, ponieważ rodzice z nimi dużo pracowali. Ewa Wiśniewska, Marian Opania, Jan Kobuszewski, Krzysztof Kowalewski, Gustaw Holoubek i Magda Zawadzka, Zbigniew Wodecki, Irena Santor, Michał Bajor, Alicja Majewska i wielu innych... To byli naturalni przyjaciele, znajomi, koledzy rodziców, którzy w sposób oczywisty pojawiali się w naszym życiu. Począwszy od mamy i taty, ci wszyscy na których patrzyłam i w których towarzystwie przebywałam byli dla mnie naturalnym wzorem. Podglądałam ich i patrzyłam jak poważnie traktują ten zawód.

Jest Pani inicjatorką portalu OnaOnaOna.com oraz festiwalu dla kobiet „Teraz ONE”. Skąd pomysł na te aktywności?

Był czas kiedy pracowałam w Telewizji Polskiej i wiedziałam, że to są już ostatnie chwile, bo zmienia się po raz kolejny polityczna aura i zaczęłam rozglądać się za nową pracą. Wtedy też usłyszałam w telewizji, że już jestem

ny jest w ROSSMANNIE, a kiedy byłam redaktorem naczelnym ukazywał się w prawie 2 mln egzemplarzy. Nikt w Polsce, żaden dziennikarz, redaktor naczelny nie zmierzył się dotąd z takim nakładem. Ta praca przyszła między innymi dlatego, że dostrzeżono moje zaangażowanie na rzecz kobiet.

Już we wrześniu będzie Pani prelegentką konferencji EVENT MIX. Temat wystąpienia - „Jak zorganizować event i nie zwariować?” - brzmi zachęcająco. Jak to wygląda okiem prowadzącego?

Ja nie tylko jestem prowadzącą - to jest dla mnie oczywiście miła „wisienka na torcie”. Natomiast ja najczęściej te wszystkie gigantyczne koncerty, w których występowałam, organizowałam jako współproducentka odpowiedzialna za stronę merytoryczną wydarzenia. Struktura takiego eventu składała się z różnych części, z produkcji kreatywnej i produkcji technicznej. Podczas wrześniowej konferencji podzielę się swoim doświadczeniem i opowiem, jak krok po kroku dotrzeć do momentu, kiedy stoisz na scenie i „wszystko gra”. Pokażę to i opowiem na podstawie przykładów, które dla Państwa przygotowałam.



za stara, a właśnie skończyłam 40 lat. To mnie bardzo dotknęło. Spojrzałam do lustra i ujrzałam całkiem atrakcyjną babkę z ogromnym doświadczeniem. Pomyślałam sobie, kto ma prawo tak mi mówić? Myślałam sobie o Oprah Winfrey czy innych wspaniałych dziennikarkach, albo o mojej guru dziennikarstwa Barbarze Walters, która w wieku lat 80-ciu ma cały czas swój program w telewizji w USA. Wszyscy kłaniają się jej w pas, to pionierka wywiadów telewizyjnych.

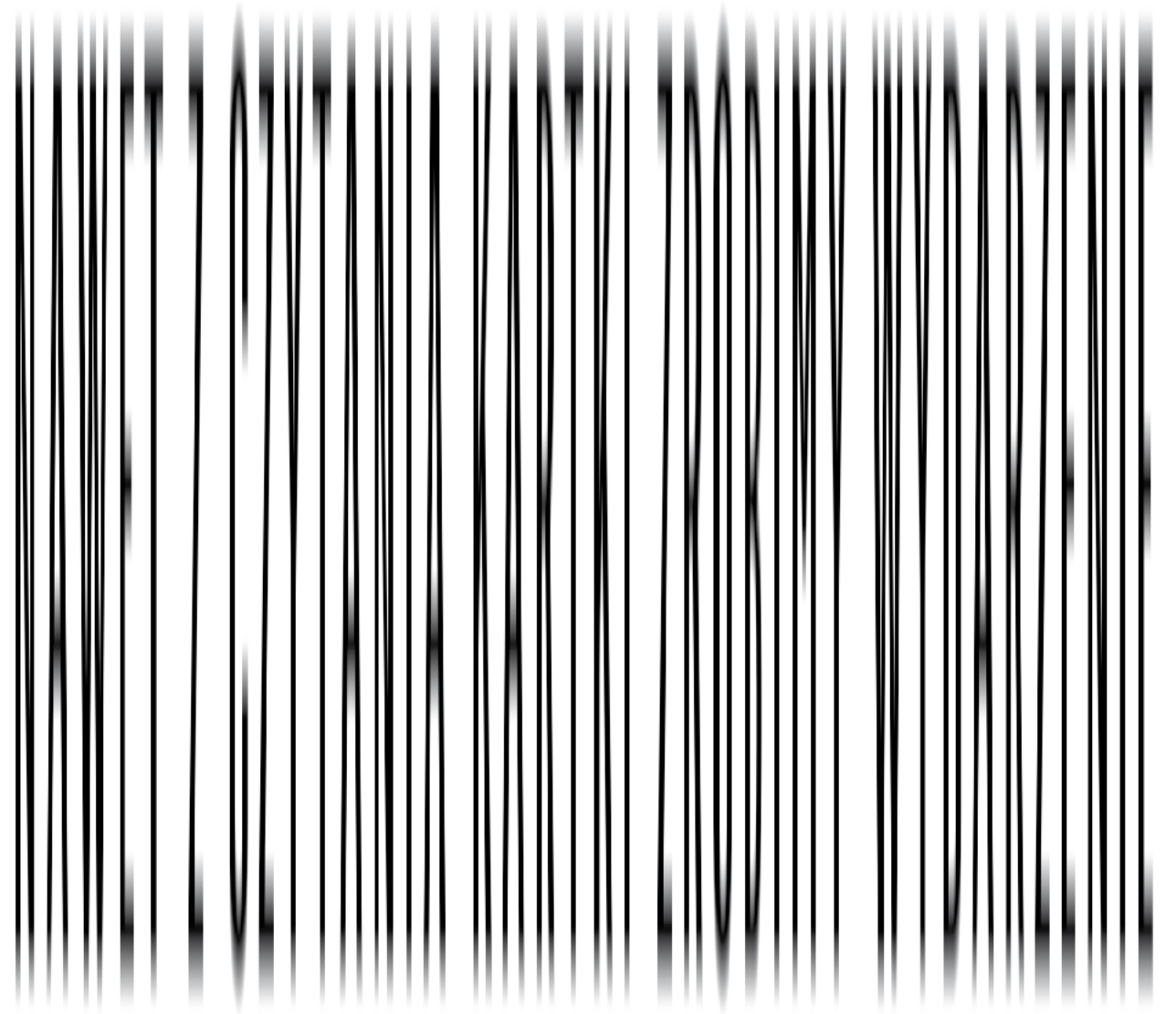
Bardzo to przeżyłam. Kiedy podzieliłam się swoim doświadczeniem z koleżankami, okazało się, że jest nas więcej. I nie ma to znaczenia, czy jest to Agata Młynarska z telewizji, czy to jest pani księgowa, pani farmaceutka, czy nauczycielka. One słyszą to samo. I z tej potrzeby powstał portal. Początkowo był to portal dla kobiet dojrzałych, ale później pomyślałam sobie, że może być też w różnych odsłonach, dlatego było „ONA, ONA, ONA”. Postawiłam wtedy wszystko na jedną kartę, zainwestowałam swoje oszczędności. Kobiety poszły za tym jak w dym, miałam ogromny sukces wśród Polek. Pojawiały się kolejne kluby ONA, na tej fali powstał także Festiwal dla Kobiet, który zgromadził ich aż 5 tysięcy. Potem byłam przez 3 lata redaktorem magazynu „SKARB”. To było ogromne doświadczenie, ponieważ „SKARB” dystrybuowa-

Ma Pani jakąś sprawdzoną receptę na stres towarzyszący wystąpieniami publicznymi?

Wiadomo - każdy przeżywa stres. Ale ja po prostu uwielbiam wystąpienia publiczne, więc jest to dla nie pozytywne spięcie. Odpowiedzialność też ma znaczenie, bo wiem jakie mogą być konsekwencje źle poprowadzonej imprezy, a ja sobie nie chcę tych konsekwencji fundować. Im jestem starsza, tym bardziej się przygotowuję. Jedynym sposobem na uniknięcie stresu jest po prostu bycie bardzo dobrze przygotowaną. Tak jak chirurg, który robiąc operację musi zawsze się liczyć z niewiadomą, ale przecież po to się uczył, kończył studia, szkolił i doskonalił, żeby dać sobie radę. I druga rzecz, która jest najważniejsza, to wiara w siebie, świadomość, że sobie poradzisz w każdej sytuacji. Bo nawet, jeśli czegoś nie wiesz, to musisz wybrnąć z wdziękiem. Nie bój się zaskoczeń! Pewne podekscytowanie jest zawsze, ale ono wynika wyłącznie z poczucia odpowiedzialności, a nigdy z nerwów, że zgubię wątek. Nie znam takich sytuacji. Ponieważ po to jestem stosownie wykształcona i odpowiednio przygotowana, żeby wiedzieć, co mam mówić!

Rozmawiała Magdalena Wilczak

PODNIĘŚ GAZETĘ NA WYSOKOŚĆ NOSA, UŁÓŻ JĄ POZIOMO, ZAMKNIJ JEDNO OKO I TERAZ SPÓJRZ.



JUŻ OD 18 LAT ORGANIZUJEMY EVENTY, KTÓRE ZASKAKUJĄ,
WZBUDZAJĄ EMOCJE, BUDUJĄ DOŚWIADCZENIE MARKI

BRAND EXPERIENCE AGENCY

www.plej.pl



NASZE „OCZKO” W GŁOWIE

Z Davide Odella rozmawiamy o nadchodzącym jubileuszu, możliwościach obiektu, zorganizowanych wydarzeniach, sukcesach i o najważniejszym - ludziach tworzących zespół „oczka”.

Liczba 21 z powodzeniem towarzyszy Wam od początku działalności. Czy rzeczywiście popularne „oczko” przynosi szczęście i sprzyja działalności EXPO XXI Warszawa?

Coś w tym jest. Patrząc na rozwój naszej działalności, faktycznie możemy stwierdzić, że mamy dobrą passę. Wyjątkowa atmosfera w pracy, pozytywne opinie klientów, wygrane przetargi oraz nowe inwestycje dają nam poczucie szczęścia. Liczba 21 w nazwie obiektu oznacza również rozwój cywilizacyjny - reprezentuje wizję założycieli, którzy od początku chcieli stworzyć biznes na miarę XXI wieku i zdecydowanie im się to udało.

Nie powinno więc nikogo dziwić, że nie świętujecie 20 lat istnienia, ale 21-lecie... Jak będą wyglądały obchody w 2020 roku?

Zmiana cyfry w stażu działalności nie ma dla nas większego znaczenia. W EXPO XXI urodziny trwają 365 dni w roku. Każdy zrealizowany projekt konferencyjny, eventowy czy targowy jest dla nas okazją do świętowania. W przypadku tego konkretnego jubileuszu obchody rocznicy istnienia EXPO XXI to dla nas cały proces, który już trwa, a o jego efektach będziemy informować na bieżąco.

Jubileusz to dobry moment na podsumowania. Czy już zliczyliście ile imprez wystawienniczych, konferencji czy eventów zamkniętych odbyło się przez te dwie dekady przy ul. Prądzińskiego?

W EXPO XXI odbywa się około 150 dużych wydarzeń rocznie, w których uczestniczy od kilkuset do kilku tysięcy osób. Oczywiście 20 lat temu sytuacja wyglądała inaczej, rynek był świeży. W tamtych czasach było znacznie mniej imprez wystawienniczych i dużych konferencji. Nie istniały inne obiekty przygotowane do obsługi tego typu wydarzeń. Do tej pory gościliśmy ponad 2000 eventów. Jesteśmy dumni z tego, że ponad 70% klientów, współpracuje z EXPO XXI od wielu lat, podpisując długoterminowe umowy, nawet na kolejnych 5 lat. Dzięki wysokiej jakości świadczonych usług, cieszymy się dużym zaufaniem klientów, którzy chcą do nas wracać.

Główna część centrum targowo-wystawienniczego została oddana do użytku we wrześniu 2001 roku, w 2009 roku hala nr 4. Jakie możliwości daje ta powierzchnia, czy spełnia wyśrubowane wymagania organizatorów imprez z sektora EVENT & MICE?

Pomimo że hala 4 powstała ponad 10 lat temu, śmiało możemy powiedzieć, że nadal pozostaje bezkonkurencyjna na warszawskim rynku. Jej wyjątkowe parametry takie jak: wysokość (10 metrów), brak filarów, możliwość podziału powierzchni oraz umieszczenia outdoorowego brandingu - to tylko kilka powodów dla których klienci decydują się na jej wybór. Branża EVENT & MICE jest różnorodna i dynamiczna, a jej wymagania stanowią dla nas inspirację do dalszego rozwoju.

Zgodnie ze strategią inwestycyjną EXPO XXI, z wiodącymi organizatorami targów umowy zostały podpisane aż na 5 lat. Czy wiele imprez u Was jest przeprowadzanych cyklicznie?

Coraz więcej. Z roku na rok nasz kalendarz zapełnia się tak szybko, że jeśli organizatorom zależy na dogodnych terminach, rezerwują daty z dużym wyprzedzeniem, nawet o kilka lat wcześniej. To dla nas ogromne wyróżnienie.

To dowód dużego zaufania dla Waszej marki. Jaki macie sposób na budowanie trwałych relacji z klientami?

Na pierwszym miejscu stawiamy potrzeby naszych klientów i do ich spełnienia podchodzimy w sposób indywidualny. Branża się rozwija, organizatorzy coraz częściej szukają nowych pomysłów, unikatowych rozwiązań i sposobów na oszczędności. Bazując na wieloletnim doświadczeniu, umiemy doradzić klientowi najlepsze rozwiązania. Po drugie, dajemy gwa-



rancję stabilności. Mamy solidną pozycję na rynku, działamy na transparentnych zasadach, a coroczne audyty od początku działalności potwierdzają naszą uczciwość. Poczucie bezpieczeństwa organizatorów wybierających nasz obiekt jest dla nas istotnym kierunkiem działań.

W bieżącym roku zanotowaliście kolejne prestiżowe sukcesy, po raz pierwszy w Polsce odbyły się: Europejski Kongres Psychiatrii EPA i Amazon Web Services Global Summit. Jak duże były to przedsięwzięcia logistyczno-organizacyjne dla obiektu?

Mimo że faktycznie Polska, po raz pierwszy, zyskała uznanie organizatorów tych eventów, na naszym koncie mamy już inne światowe kongresy, pokazy mody z najsłynniejszymi gwiazdami, Centrum Nadawcze UEFA 2012 i wiele innych. Wspomniane imprezy to rzeczywiście wyzwania nie tylko dla nas, ale również dla organizatorów i całego miasta. Dzięki dobrej współpracy przyczyniliśmy się do tego, że Warszawa zostanie dobrze zapamiętana jako miasto gospodarz, a EXPO XXI jako obiekt w którym zgrany zespół świadczy usługi na światowym poziomie. Niezależnie od tego, czy jest to lokalne wydarzenie na kilkaset osób czy międzynarodowy kongres na światową skalę do każdego wydarzenia podchodzimy z pełnym profesjonalizmem. Po prostu dorosiliśmy do tematu! Mamy już 21 lat. Bazując na wieloletniej tradycji, odważnie podchodzimy do nowych wyzwań.



„Największym kapitałem EXPO XXI Warszawa jest doświadczenie i sprawdzony zespół specjalistów” – można przeczytać na Waszej witrynie internetowej. Czy rzeczywiście większość zespołu to pracownicy, którzy zostają z Wami na dłużej?

Zdecydowanie tak. Największą wartość w EXPO XXI stanowią ludzie. Razem tworzymy zgrany zespół, który łączy entuzjazm do pracy i zaangażowanie. Wspólnie pracujemy na sukces EXPO XXI – nasz sukces. W zespole są osoby pracujące od ponad dekady, sam prezes, Grzegorz Słyszczak jest związany z obiektem od momentu jego powstania. Prezes, niejednokrotnie podkreślał: „Biznes to nie jest tylko cyfra, to nie jest bilans, to jest przede wszystkim zespół ludzi, którzy mają swoje rodziny, dzieci i to oni decydują o sile tego zespołu”. Poza dobrze przygotowaną powierzchnią, organizatorzy mogą zawsze liczyć na profesjonalną obsługę zespołu... Jesteśmy partnerem i doradcą rozpoznawalnym w branży.

Wracając do strony internetowej obiektu, niedawno została uruchomiona jej odświeżona wersja. Czy pójść za tym jakieś inne zmiany np. w identyfikacji wizualnej, strategii promocyjnej?

Zmieniając stronę internetową kierowaliśmy się przede wszystkim jej przydatnością dla użytkowników oraz jej funkcjonalnością dla odbiorcy. Istotne dla nas było zwiększenie widoczności wydarzeń. Zależało nam również na tym, aby organizatorzy mogli znaleźć niezbędne informacje, ważne dla nich oraz ich klientów. Chcieliśmy zapewnić dobrą widoczność naszym partnerom.



Rozwój branży targowo-konferencyjnej w Polsce przyczynia się do powstawania nowych obiektów. Czy czujecie na plecach oddech konkurencji?

Tak, i cieszymy się z tego, bo oznacza to, że działamy na atrakcyjnym rynku. Dodatkowo jest to dla nas źródło motywacji. W ciągu ostatnich 20 lat funkcjonowania EXPO XXI powstało kilka nowych obiektów – rynek się rozwija, a my razem z nim. Znamy nasze mocne strony, więc nie musimy się tego obawiać. Niepokoi nas nieuczciwa konkurencja, zjawisko dumpingowania cen oraz rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji na nasz temat, ale jak widać EXPO XXI dobrze prosperuje, a zespół dokłada wszelkich starań, żeby było jeszcze lepiej.

Chociaż kalendarz wydarzeń pęka w szwach, ciągle rozrasta się o nowe. Co na nas czeka w EXPO XXI w 2020 roku?

Warto wspomnieć o kolejnej edycji znanych na polskim rynku wydarzeń - Forum Branży Eventowej czy FestiwalMarketingu.pl. W nadchodzącym roku odbędą się także wydarzenia międzynarodowe takie jak: Perspektywy Women in Tech Summit czy Kongres Stowarzyszenia Lekarzy Weterynarii. Fanów mocnego brzmienia z pewnością ucieszy informacja, że już we wrześniu odbędzie się u nas koncert Behemoth. Dodatkowo, spodziewamy się również około 2000 osób z całego świata, na specjalnym wydarzeniu, które na razie pozostawimy w tajemnicy.

Rozumiem, że w przyszłość patrzycie z optymizmem?

Oczywiście i śmiało możemy Państwa zapewnić, że mamy jeszcze niejednego ASA w rękawie.

Rozmawiała Jaga Kolawa



Davide Odella



Dyrektor sprzedaży w EXPO XXI, specjalista z ponad 10-letnim doświadczeniem w branży eventowej, laureat nagrody „Odkrycie Roku MPI Poland” za aktywną działalność na rzecz branży spotkań. W ramach swoich obowiązków jest odpowiedzialny za tworzenie strategii sprzedażowo-marketingowej obiektu, jak i również utrzymywanie relacji z klientami biznesowymi.



NOWY WYMIAR ORGANIZACJI EVENTÓW

Julinek wzbogacił się o nowe, innowacyjne miejsce, w którym można organizować profesjonalne wydarzenia artystyczne, koncerty, imprezy rozrywkowe, spotkania firmowe, konferencje, a także produkować programy telewizyjne. Oddalone o 30 km od wyeksploatowanych obiektów w Warszawie zapewnia wszystko, co potrzebne do zrealizowania nawet najbardziej wymagającego scenariusza eventowego.

Duża Arena, bo o niej mowa, znajduje się na terenie Hotelu Julinek i jest jego kluczowym budynkiem, wyposażonym we wszystko, co niezbędne do organizacji eventu – bez konieczności wynajmowania jakiegokolwiek sprzętu, załatwiania dodatkowych atrakcji, cateringu czy noclegu. Na 30 hektarach można zaplanować każde nietuzinkowe wydarzenie, z dowolnym pomysłem na jego realizację i – co bardzo ważne – przy znacznej oszczędności kosztów dla agencji eventowych.

Duża Arena – duże możliwości

Otwarta po dokonanej z wielkim rozmachem rewitalizacji Duża Arena w Julinku daje możliwość organizacji wszelkiego rodzaju imprez, także takich, które wcześniej nie mogłyby się tu odbyć, głównie ze względu na brak tak okazałej przestrzeni. Dziś Duża Arena zapewnia wszystko to, czego organizator danego wydarzenia potrzebuje – zanim jeszcze zdąży o tym pomyśleć. Jej niepowtarzalna architektura zachwyca możliwościami aranżacji wnętrza, a zaplecze techniczne i gastronomiczne jest gwarancją sukcesu każdego przedsięwzięcia.

Modernizacja unikatowego obiektu

Bez znajomości samego Julinka trudno wyobrazić sobie, czym w ogóle jest Duża Arena... Warto więc już na wstępie zaznaczyć, że to zmodernizowany i odrestaurowany, z poszanowaniem pierwotnego charakteru, budynek o unikatowej architekturze i niezwyklej historii. To właśnie w nim adepci cyrkowi przygotowywali swoje nowe

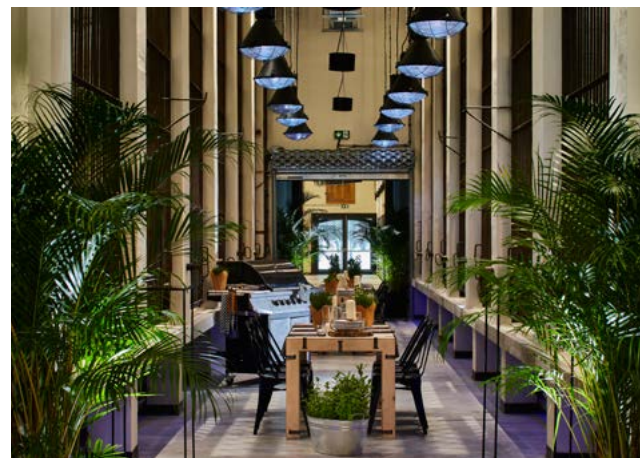
programy i godzinami ćwiczyli umiejętności. Obiekt powstał na początku lat 60. XX wieku jako cyrk stały, który w okresach zimowych skupiał artystów z całego świata. Oprócz areny ze wszystkimi niezbędnymi konstrukcjami, miał kilkusetosobową widownię, antresolę dla orkiestry i lożę dla VIP-ów. Jest to więc miejsce, w którym od zawsze odbywały się fascynujące wydarzenia. W latach 90. budynek został wyłączony z eksploatacji, a w 2018 roku rozpoczęto jego rewitalizację. Efekt jest spektakularny. Modernizacja objęła szereg działań inwestycyjnych: remont, przebudowę, termomodernizację oraz prace instalacyjne, a także usunięcie barier architektonicznych. Duża Arena jest więc w pełni przystosowana do potrzeb osób niepełnosprawnych – w każdym detalu: od zlikwidowania progów, zamontowania poręczy i uchwytów, przez drzwi spełniające wszystkie wymagania, po skrupulatnie zaprojektowane łazienki.

Sprzęt i zaplecze techniczne

Duża Arena jest obecnie jedynym w Polsce obiektem, którego unikatowa forma daje nieograniczone wręcz możliwości organizacji wszelkiego rodzaju eventów: począwszy od konferencji, przez targi, kongresy, spektakle teatralne i cyrkowe, jubileusze czy uroczyste gale, skończywszy na prezentacjach nowych produktów, kolacjach z life cookingiem, kameralnych spotkaniach, poradach biznesowych, a także produkcjach programów czy koncertach transmitowanych na żywo.

Została wyposażona w profesjonalny sprzęt:

- system nagłaśniający i oświetleniowy,
- system projekcji wideo,
- ekran projekcyjny,



Artykuł sponsorowany

- projektor multimedialny wraz z obiektywem,
 - 30 monitorów typu LED,
 - kratownicę aluminiową,
 - cztery wyciągarki elektryczne o łącznym udźwigu do 2000 kg,
 - oddzielną reżyserkę z systemem sterowania oświetleniem widowni.
- Ponadto, dysponuje mobilną widownią z 340 miejscami, a sam obiekt może pomieścić nawet 1500 osób.

Możliwości aranżacyjne i przestrzeń

Przestrzeń eventowa w budynku Dużej Areny składa się z Areny Centralnej, czyli okrągłej sali o powierzchni 455 m² oraz skrzydeł bocznych, które w oryginalnej wersji obiektu były miejscem przeznaczonym dla zwierząt cyrkowych. Dziś skrzydła boczne to przestrzeń licząca ponad 1000 m², przystosowana do indywidualnych i niebanalnych aranżacji. Jest więc idealna, aby zorganizować w niej strefy tematyczne, takie jak chillout room, strefa gastronomiczna, multimedialna, w stylu slow life, biesiadna, eko czy każda inna – według uznania i pomysłu organizatora. A że Duża Arena pozwala na naprawdę wiele, świadczyć mogą imprezy, które już się w niej odbyły. W kwietniu 2019 roku był tu np. nagrywany i transmitowany na żywo w Polo TV program telewizyjny Disco Star. Natomiast pod koniec lipca tego roku, w obiekcie został zorganizowany jeden z najważniejszych turniejów e-gamingowych – GeForce Versus RTX #frameswingames. Za imprezę odpowiadała firma FantasyExpo, a same zawody transmitowane były do 6 krajów.

– Organizatorzy eventów poszukują niestandardowych miejsc z duszą, które zaoferują nietuzinkowe przeżycia i na długo zapiszą się w pamięci uczestników. Oryginalne połączenie klimatu obiektu i jego bogatej, unikatowej historii, jak również wyjątkowej architektury i nowoczesnych rozwiązań technologicznych sprawia, że Duża Arena idealnie wpisuje się w te potrzeby i nowoczesne trendy. Teraz, dzięki spektakularnej rewitalizacji, Julinek stał się nowym unikalnym miejscem na eventowej mapie Polski, które spełnia najbardziej oczekiwania organizatorów imprez, nawet takich o zasięgu międzynarodowym – przekonuje Marta Kłamar, dyrektor sprzedaży.

Specjaliści na każdym etapie

Przestrzeń, zaplecze techniczne, nowoczesny sprzęt, możliwości aranżacyjne to jednak nie wszystko. Duża Arena to także zespół specjalistów, którzy gwarantują kompleksową obsługę oraz wsparcie na każdym etapie planowania eventu czy konferencji. Dobór atrakcji, menu czy realizacji dźwięku to tylko niektóre z możliwości pomocy, jaką zapewniają. Każdy klient ma również przydzieloną konkretną osobę do kontaktu przez cały okres współpracy.

Niespotykana przestrzeń kulturalna

Dzięki rewitalizacji budynek został przystosowany do organizacji wydarzeń kulturalnych i biznesowych z prawdziwego zdarzenia. Powstało miejsce, pozwalające na zaplanowanie nawet najbardziej zaawansowanego technicznie eventu. Ale to też nie wszystko, bowiem dzięki przedmiotowej inwestycji w niewykorzystywanym od wielu lat obiekcie powstał budynek użyteczności publicznej, który jest dodatkowo ważnym centrum krzewienia kultury i edukacji przyrodniczej oraz istotnym punktem na regionalnej mapie instytucji społeczno-kulturalnych.

Restauracje i catering

O co jeszcze nie trzeba się martwić w Julinku i Dużej Arenie? O zaplecze gastronomiczne. Julinek zapewnia kompleksową obsługę oraz wsparcie na każdym etapie planowania eventu. Doświadczony zespół w połączeniu z najwyższą jakością wykorzystywanych produktów gwarantuje perfekcyjną oprawę eventową i kulinarną. Śniadania biznesowe, lunchy i przerwy kawowe czy uroczyste kolacje podczas gal i bankietów – to tylko niektóre z naszych możliwości. Pełne zaplecze logistyczne i produkcyjne oraz sprzęt cateringowy dostępny na miejscu pozwala na realizację najbardziej wyszukanych oczekiwań.

Na terenie obiektu znajduje się dodatkowo Restauracja Mała Arena oferująca potrawy kuchni włoskiej, a także kuchnia gastronomii plenerowej, w której znajdziemy polskie dania, potrawy grillowane oraz napoje i wyszukane słodkości. Dodatkowo wsparcie oferuje punkt z szybkimi przekąskami oraz profesjonalny grill z wędzarnią.



Komfortowe noclegi

W sąsiedztwie Dużej Areny funkcjonuje również trzygwiazdkowy Hotel Julinek, oferujący 160 komfortowych miejsc w pokojach jedno-, dwu-, trzy- i czteroosobowych, z wygodnymi łóżkami. Jest to rozwiązanie idealne dla organizatorów eventów, którzy nie muszą martwić się o zapewnienie gościom noclegu, miejsca do odpoczynku, relaksu i wyciszenia albo też kończyć imprezę tego samego dnia. W 2018 roku hotel przeszedł gruntowny remont. Jego elementy dekoracyjne nawiązują do historii i klimatu miejsca. Przy obiekcie znajduje się bezpłatny parking, a w środku liczne udogodnienia dla gości. Co ważne, są tu także sale konferencyjne, w których można zorganizować szkolenie czy spotkanie organizacyjne. Działa także restauracja.

Lokalizacja i okolica

Hotel Julinek znajduje się w odległości 30 km od centrum Warszawy, w pobliżu tras S7 i A2, umożliwiających łatwy dojazd ze stolicy, Modlina i Sochaczewa. Dodatkowo, obok centralnie ulokowanej Dużej Areny, na terenie kompleksu mieści się także Mała Arena, przestrzeń do organizacji pikników firmowych nawet dla kilku tysięcy osób, pięknie położony Park Rozrywki Julinek z największym na Mazowszu parkiem linowym, Krainą Dmuchańców, Minigolfem Cyrkowym, strefą Animacji z placem zabaw i Wystawą Sztuki Cyrkowej. Można tu także pościgać się ekologicznymi autami czy wypożyczyć sprzęt sportowy. Park dysponuje ponadto parkingiem dla 2000 samochodów. Co niezwykle ważne, na terenie Julinka znajduje się wejście do Kampinoskiego Parku Narodowego, pełniące funkcję swoistej bramy do świata natury. Do dyspozycji gości jest około 360 km oznakowanych pieszych szlaków turystycznych oraz 200 km szlaków rowerowych, wyznaczonych na istniejącej sieci szlaków pieszych i dróg leśnych. Całość trasy rowerowej jest przejezdna cały rok. Główny szlak biegnie dookoła Puszczy Kampinoskiej, tworząc pętlę o długości 145 km.

Karina Jarecka, kierownik działu marketingu Hotel Julinek





W PRACY O PRACY

Jakie wyzwania stoją przed Operation Managerem, jak ważna i jak bardzo odpowiedzialna jest praca w obiekcie hotelowym opowiada Hubert Chołociński z Vienna House Andel's Cracow.

Hubert Chołociński



Czy bycie dyrektorem operacyjnym to praca 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu?

Uważam, że wszystko jest kwestią sprawnej organizacji oraz atmosfery w pracy. Oczywiście początki w nowej firmie są zawsze najtrudniejsze, ale sądzę, że wszystko jest do ułożenia. W Vienna House atmosfera jest niesamowita. Moje koleżanki i koledzy od samego początku mnie wspierają i stanowią prawdziwy „team”, dlatego wdrożenie się w nowe obowiązki było dla mnie o wiele łatwiejsze. Działalność na stanowisku operacyjnym to aktywność na wysokich obrotach, ale również gwarancja braku monotonii. Możliwość ciągłego kontaktu z ludźmi to źródło inspiracji, która jest bardzo potrzebna w moim zawodzie. Zatrudnienie w takim miejscu jak Vienna House Andel's Cracow jest inspiracją samą w sobie – jest tutaj tyle pól do pokazania swojej kreatywności, że nie wystarcza czasu na realizację wszystkich pomysłów. W codziennym natłoku spraw trzeba jednak umieć znaleźć czas dla rodziny i siebie - to nic oryginalnego, ale nie wolno o tym zapominać.

Jakie największe wyzwania stoją przed osobą na tym stanowisku?

Cóż, nie da się ukryć, że pracuję w hotelu, który jest flagowym obiektem w mieście i który od wielu lat zbiera pozytywne opinie. A to zobowiązuje do ciągłego doskonalenia oferty, patrzenia na nią z perspektywy gościa – co jest dla niego najważniejsze, na czym mu najbardziej zależy. To na pewno jedno z głównych wyzwań, do realizacji których dążę jako dyrektor operacyjny Vienna House Andel's Cracow. Drugą ważną rzeczą jest sprawne działanie operacyjne hotelu – tutaj wszystko musi działać jak w zegarku, tak, aby

goście nawet nie zauważali pewnych procesów i byli odpowiednio „zaopiekowani”. Takie podejście zapewnia hotelowi pozycję lidera.

Czy mając na uwadze Twoje doświadczenie nie masz wrażenia, że poprzeczka z roku na rok będzie coraz wyżej zawieszona?

Naturalnie. Dynamiczny rozwój branży hotelarskiej w Krakowie jest faktem. Wynika to nie tylko z tego, że Kraków staje się coraz popularniejszą destynacją turystyczną, ale również z imponującej liczby miejskich inwestycji, m.in. w obszarze organizacji konferencji i kongresów. Także, nudy nie ma. Konkurencja rośnie nie tylko w obszarze ceny, ale również jakości i kreatywności oferty. Jednakże niezmienna pozostaje dbałość o najwyższą jakość obsługi gości.

Coraz częściej mówi się o problemach z kadrami. Jak sobie z tym radzisz w Vienna House Andel's Cracow?

Nie da się ukryć, że mamy aktualnie do czynienia z rynkiem pracownika, a nie pracodawcy i to nie tylko w branży hotelarskiej, ale również w innych obszarach gospodarki. Sprawy na pewno nie ułatwia wzrost



konkurencji, o którym wcześniej wspominałem. Wiem, że pozyskanie wykwalifikowanego personelu jest niezwykle trudne, dlatego przede wszystkim dbam o swoje kadry. I mam tu na myśli nie tylko warunki płacowe, ale również dodatkowe benefity, takie jak możliwość rozwoju osobistego. Sieć ma rozwinięty system szkoleń wewnętrznych, który obejmuje nie tylko treningi zawodowe, ale również całą serię warsztatów z umiejętności miękkich. Odbývają się one w różnych miastach i państwach, co dodatkowo daje możliwość podróżowania. Aby utrzymać wartościowego pracownika, trzeba reagować wcześniej, zanim on pomyśli w ogóle o zmianie pracy. I to właśnie staram się robić.

W Vienna House Andel's Cracow funkcjonuje również restauracja i bar, które to diametralnie zmieniły się w ostatnim roku. Zaczęliście wychodzić z ofertą nie tylko do gości hotelowych?



Tak, w naszym obiekcie od zawsze była duża restauracja i bar, z których korzystać mogli również goście „niehotelowi”. Jednakże w zeszłym roku postanowiliśmy wzmocnić ten sektor działalności. Otwarta została kalifornijska restauracja Mavericks Cracow, która funkcjonuje jako oddzielny obiekt. W ciągu roku działalności stała się miejscem, które tętni życiem i przyciąga coraz więcej gości. Została wyróżniona podczas Restaurant Week Poland, a w Internecie zbieramy mnóstwo pozytywnych opinii klientów. Czwartkowe wieczorki z muzyką na żywo, taras na placu Jeziorańskiego czy częste wizyty blogerskie sprawiają, że Mavericks jest ważnym graczem na kulinarnej mapie Krakowa i jedynym, które oferuje kuchnię kalifornijską. Podobnie Bar Smok. Jego nazwa nawiązuje do kultowego baru, który był w tym miejscu w drugiej połowie XX w. Odnowione wnętrza, ogródek oraz autorskie, wyśmienite koktajle przyciągają coraz więcej odwiedzających, którzy chcą wieczorem odpocząć i spędzić czas z przyjaciółmi.



Wasz obiekt to hotel biznesowo-konferencyjny. Jakie są największe bolączki przy współpracy z organizatorami bankietów i konferencji?

Trudno mi tutaj coś wymieni. Staram się podchodzić do sytuacji potencjalnie problemowych ze spokojem i proszę mi wierzyć, że nie ma kwestii nie do rozwiązania. Zazwyczaj przy wcześniejszym uzgodnieniu warunków w trakcie realizacji nie pojawiają się żadne problemy. Wszystko zależy od dobrej komunikacji z kontrahentami. Zmiany wprowadzane niespodziewanie będą się zdarzać - ale takie jest prawo klienta.

Na co event managerowie powinni najbardziej zwracać uwagę przygotowując event w hotelu?

Ciężko jest uogólniać, gdyż każdy event to osobna historia, która rządzi się nieco innymi prawami. Jednak z pewnością hotel ma inną specyfikę niż typowe centrum konferencyjne. Tutaj poza konferencją odbywa się ciągle normalne życie hotelu, są goście, których prywatność i spokój trzeba uszanować. O tym z pewnością muszą pamiętać organizatorzy eventów. W Vienna House Andel's Cracow centrum konferencyjne znajduje się na 1 piętrze, jest oddzielone od strefy pokoi. Poza tym, lokalizacja hotelu jest wyjątkowa – w samym sercu miasta, tuż przy Galerii Krakowskiej i Dworcu Głównym. Lokalizacja w centrum oznacza czasem brak miejsc parkingowych, ale my mamy parking podziemny z dwiema stacjami do ładowania samochodów elektrycznych, więc goście konferencyjni są zabezpieczeni. Na co warto jeszcze zwrócić uwagę? Myślę, że przed organizacją eventu trzeba dokładnie poznać obiekt i szczerze porozmawiać o swoich oczekiwaniach z reprezentantem hotelu, który zna go od podszewki i jest w stanie rozwiązać każdą problematyczną sprawę.

Rozmawiał **Andrzej Kuczera**





Artykuł sponsorowany

JAK SPEŁNIĆ MARZENIE O UDANYM EVENCIE? SIEDEM SKŁADNIKÓW IDEALNEGO WYDARZENIA BIZNESOWEGO

Organizacja eventów stała się jednym z popularniejszych działań marketingowych stosowanych przez duże firmy i spółki. Wydarzenie, służy przede wszystkim promowaniu działalności firmy oraz gratyfikowaniu pracowników za realizację wcześniej wytyczonego planu czy budżetu.

Przygotowując się do takiego przyjęcia, firmy coraz częściej zwracają się o pomoc do profesjonalnych agencji, oddając im do realizacji cały scenariusz według ustalonych wytycznych. Jednak w większości przypadków organizatorzy bazują na wsparciu swoich pracowników, działu HR oraz na pracownikach administracji, którzy odpowiadają za przygotowanie imprezy firmowej. Z kolei oni, jako przedstawiciele zleceniodawcy, przekazują całość organizacji reprezentantom firm eventowych, bazując na ich wieloletnim doświadczeniu. Jak wygląda przygotowanie eventu na poszczególnych etapach? Jak zrealizować marzenie o udanym wydarzeniu biznesowym? Pozwolę sobie zgłębić ten temat w poniższym artykule, omawiając przy tym siedem składników dobrze przygotowanego eventu na przykładzie obiektu, którym mam przyjemność zarządzać, czyli Rezydencji Luxury Hotel**** w Piekarach Śląskich. Zatem jakie będą tytułowe składniki udanego wydarzenia?

I. MIEJSCE – NAJWAŻNIEJSZY JEST POTENCJAŁ

Zarówno forma, jak i charakter organizowanego przez nas wydarzenia są bardzo ważne, jednak na samym początku, powinniśmy zastanowić się nad jego odpowiednią lokalizacją. Na co w tym momencie powinniśmy zwrócić uwagę? Oprócz zaplecza konferencyjnego, uczestnicy z pewnością docenią także możliwość zrelaksowania się w malowniczym ogrodzie lub złapania oddechu w Strefie Relaksu oraz SPA. Potencjał biznesowy i luksus idealnie łączy w sobie Rezydencja Luxury Hotel****, która jest kompleksem hotelowo - konferencyjnym, ulokowanym w bliskiej odległości od

autostrady A1, na północ od centrum Katowic. Miejsce to stanowi kameralną odeskoczną od wielkomiejskiego szumu, harmonijnie łącząc wystrój inspirowany wnętrzami francuskich władców z nowoczesnym designem. Nasze przyjęcie może mieć różny charakter – wydarzenie bardziej formalne, z odpowiednim menu i wydzieloną strefą do tańca, może to być również event dwudniowy połączony z noclegiem. Wtedy też, warto zwrócić uwagę na to, co oferuje dany hotel poza samym przyjęciem. To, na jaką opcję się zdecydujemy, determinuje także wybór odpowiedniego miejsca, które sprosta naszym oczekiwaniom.

II. ATRAKCJE – NIKT NIE POWINIEN SIĘ NUDZIĆ

Decydującym czynnikiem, przy wyborze miejsca na organizację naszego eventu, są niewątpliwie atrakcje. Ważne jest, aby oprócz wyjątkowych pokoi czy gastronomii, miejsce mogło zaproponować coś więcej. Jeśli goście zaproszeni na event mają również zapewniony nocleg, po przyjęciu znajdują ukojenie w Strefie Relaksu, gdzie mogą skorzystać z sauny, jacuzzi, grotty solnej czy siłowni. Rezydencja zlokalizowana jest w sercu Śląska, co daje możliwość wyboru z ciekawych wycieczek, które obiekt pomaga zorganizować. Goście z pewnością będą zainteresowani atrakcjami znajdującymi się w bliskiej odległości od hotelu, takimi jak: Kopalnia Guido w Zabrze, Zabytkowa Kopalnia Srebra czy Sztolnia Czarnego Pstrąga w Tarnowskich Górach.

III. KONFERENCJA – INFRASTRUKTURA BIZNESOWA NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE

Kiedy wybraliśmy już hotel spełniający nasze wymagania, warto sprawdzić jego infrastrukturę biznesową. W zależności od możliwości miejsca, podejmujemy decyzję o wyborze odpowiedniej sali. Dużym ułatwieniem będą obiekty, które stworzone są z myślą o imprezach różnej wielkości, takie jak nasza Rezydencja. Tam, imprezy na większą skalę odbywają się na Sali Balowej, która w ustawieniu bankietowym jest w stanie pomieścić nawet 150 osób. W przypadku, gdy osób jest więcej, niż przewiduje pojemność tej sali, dzięki ścianom mobilnym można powiększyć dostępną powierzchnię o kolejną sąsiadującą: Salę Bankietową, a nawet o następną Salę Kryształową. W tym przypadku należy również pamiętać o dodatkowym nagłośnieniu sal oraz ustawieniu telewizorów, aby osoby z dalszej części mogły lepiej widzieć scenę główną. Tym samym, to obiekt dostosowywany jest do liczby gości, a nie odwrotnie. Łącznie, Rezydencja oddaje do dyspozycji sześć sal konferencyjnych z pełnym wyposażeniem - w tym trzy z możliwością dowolnej aranżacji przestrzeni. Dodatkowo, mamy możliwość skorzystania z kameralnych sal, które idealnie nadają się do spotkań w mniejszym gronie lub do przeprowadzenia warsztatów czy szkoleń.

IV. FORMA – TEMATYKA NADAJE EVENTOWI CHARAKTERU

Organizując wydarzenie firmowe, bardzo istotne jest przygotowanie spójnej koncepcji. Należy wziąć pod uwagę różne czynniki, które wpłyną na to, że uczestnicy z przyjemnością wezmą udział w naszym evencie. Wybór hotelu powinien odpowiadać koncepcji i tematyce wydarzenia. Przykładowo, Rezydencja jest idealnym miejscem na organizację imprez wieczorowych w tematyce glamour i balów nawiązujących do estetyki lat 20. i 30., żywcem wyjętych z „Wielkiego Gatsby’ego”. Warto tutaj wspomnieć o miejscu, w którym odbywają się tego typu przyjęcia, konferencje i jubileusze, czyli o Sali Balowej Rezydencji. Jej symbolem jest unikalna kopuła z kryształowym żyrandolem oraz z imponującymi zdobieniami kolumn i sztukaterii. Dodatkowym elementem dekoracyjnym może być podświetlenie kopuły, które można dostosować do motywu przyjęcia. Sala Balowa posiada odrębne wejścia, które umożliwiają gościom swobodne przemieszczanie się między salą, tarasem a ogrodem.

V. GASTRONOMIA – PRZED WSZYSTKIM MA BYĆ SMACZNIE

Nieodłącznym elementem każdego eventu jest oferta gastronomiczna. Dla organizatora niezwykle ważne jest, aby jego goście byli syci i zadowoleni z posiłków, bez



względu na to, czy mowa jest o małej konferencji, czy o imprezie na kilkaset osób. Autorskie propozycje Szefa Kuchni Rezydencji są połączeniem tradycyjnej kuchni europejskiej i regionalnej, w nowoczesnej odsłonie. Oferta gastronomiczna Rezydencji jest bardzo rozbudowana i co najważniejsze – elastyczna, dzięki czemu możemy stworzyć nieszablonowe menu, idealnie wpasowujące się w charakter naszego eventu. Największą atrakcją w ofercie gastronomicznej jest Kolacja pod Kawersami, podczas której serwowane są specjalności Szefa Kuchni podawane pod Iśniami, srebrnymi kopułami. Ten kulinarny spektakl gwarantuje gościom niezapomniane wrażenia. Po doskonałym posiłku, nie powinno zabraknąć słodkiego akcentu. Rezydencja posiada własną cukiernię, która przygotowuje niezwykle wyszukane bufety pełne łakoci. Wyróżnia je nie tylko design i forma podania, ale przede wszystkim jakość i smak. Pieczolowicie przygotowane Bufety Słodkie, takie jak Bufet Primabaleriny, czy Bufet Cartier’a – Króla Jubilerów kuszą nas również stylizowanymi truflami i pralinami, słodkimi perłami, owocami zatopionymi w czekoladzie czy beżą Pavlovej. Oryginalną atrakcją podaną w formie bufetu jest Bufet Wielkiego Gatsby’ego. Zawiera on ekskluzywne alkohole: Chivas Regal Whiskey,



Koniak Hennessy, Pravda Espresso Vodka, Ron Zacapa Centenario Rum oraz praliny wypełnione wyselekcjonowanymi alkoholami. Znajdziecie w nim także domowej roboty ajerkoniak, w dwóch odsłonach: klasycznej i czekoladowej.

VI. OBSŁUGA – SERWIS, KTÓREGO NIE POWINNO BYĆ WIDAĆ

Powierzenie organizacji uroczystości to bardzo odpowiedzialna kwestia, która wymaga zaangażowania całego zespołu, odpowiedniego pomysłu i oprawy. Sposób podania dań, z pozoru wydawać się może sprawą dość oczywistą, jednak obecnie jest on jednym z kluczowych detali, które czynią wydarzenie wyjątkowym i godnym zapamiętania. W Rezydencji, podczas każdej uroczystości firmowej serwowana jest 4-daniowa kolacja, która pozwala na prezentację klasycznego serwisu kelnerskiego. Podanie dań w taki sposób robi niezwykle wrażenie na gościach, a przecież każdemu z nas zależy na osiągnięciu efektu „WOW”.

VII. MARKETING – DZIAŁ, KTÓRY POMAGA Z UŚMIECHEM NA TWARZY

Wszystkie kwestie dotyczące powodzenia naszego eventu byłyby niczym, gdyby nie dział marketingu i sprzedaży. Managerowie uczestniczą we wszystkich etapach organizacji naszego wydarzenia, przedstawiając nam ofertę oraz ustalają każdy szczegół widniejący w agendzie wydarzenia. Ich pomoc podczas organizacji eventu jest wprost nieoceniona, dlatego tak ważne jest, aby mieć wśród nich partnera, który rozumie nasze potrzeby, służy nam radą i swoim doświadczeniem.

I GOTOWE!

Podczas organizacji każdego wydarzenia, niezwykle ważne jest przestrzeganie siedmiu aspektów udanego eventu, opisanych powyżej. Gdy zrealizujemy każdy z nich; właściwie wybierzemy lokalizację, zapewnimy naszym gościom odpowiednie atrakcje, dobierzemy i zaaranżujemy salę, motyw i menu, pozostanie nam jedynie oddać się w ręce specjalistów z branży organizacji przyjęć i po prostu - dobrze się bawić. Niech każdy event firmowy będzie spełnieniem tego właśnie marzenia.

Tomasz Ostoia, Zastępca Dyrektora Hotelu, Rezydencja Luxury Hotel ****

Tomasz Ostoia



Pasjonat gastronomii i hotelarstwa, związany z branżą od ponad siedemnastu lat. Swoje pierwsze kroki stawiał w branży gastronomicznej jako szef restauracji i F&B manager. Z czasem przechodził kolejne szczeble pracy w branży hotelarskiej (od recepcji po dział marketingu). Przez sześć lat był Dyrektorem Hotelu Ognisty Ptak****, w którym poprzez swoje pomysły sprawił, że kompleks wpisał się w czołówkę hotelarską Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Obecnie jako zastępca Dyrektora Rezydencja Luxury Hotel**** w Piekarach Śląskich wspiera cały zespół hotelu we wdrażaniu nowych działań marketingowych.

Z JAKICH NARZĘDZI KORZYSTA EVENT MANAGER W POLSCE?



Olga Krzemińska-Zasadzka, Agencja POWER

Mam wrażenie, że event manager to jeden z tych zawodów, który wymaga nie tylko umiejętności kreowania, planowania i koordynacji, ale także posługiwania się wieloma narzędziami i programami. Nigdy nie wiemy, jaką nową umiejętność przyswoimy w czasie kolejnej realizacji :) Głównym narzędziem naszej pracy jest komputer i telefon, a co za tym idzie szereg programów i aplikacji, bez których nasza praca, w dzisiejszych czasach, byłaby wręcz niemożliwa. Są to: pakiet biurowy (Excel, PowerPoint, Word, klient poczty), programy do obróbki graficznej zdjęć (Photoshop), czy do przygotowywania grafik 3D (Sketchup). Komunikację i zarządzanie ułatwiają nam komunikatory firmowe, systemy CRM, serwery plików czy chmura. Często korzystamy z drukarki, skanera, bindownicy, gilotyny, aparatu foto, kamery, dalmierza, projektora. Myślę, że większość z nas potrafi podłączyć podstawowe nagłośnienie czy oświetlenie, a niektórzy wielokrotnie korzystali z wkrętarki, wiertarki czy innych narzędzi budowlanych. Wszystko zależy od charakteru eventu, jego założeń i naszej pomysłowości.

Barbara Świdarska, Dream Events

Event manager jest jak kierownik budowy. Tak jak kierownik budowy podczas inwestycji nie pojawia się na niej z łopatą i betoniarką, tak event manager nie musi na wydarzenie wybierać się ze wszystkimi atrybutami na jego realizację. To, co jednak powinien mieć w swoim fachu to niewątpliwie wiedzę, jakich narzędzi używają wykonawcy i czy korzystają z ich w poprawny sposób. Jaki to „poprawny sposób”? Taki, który realizuje cel wydarzenia, jest zgodny z prawem i ogólnie przyjętymi normami. Co za tym idzie, podstawowym narzędziem w pracy EM powinien być plan edukacji i samorozwoju. Zmiany we wszystkich obszarach nabrały tak ogromnego tempa, że bycie z czymkolwiek do tyłu powoduje niekompetencję naszego fachu i niekompletne doradztwo. Posługując się innym porównaniem, czy chcielibyśmy, aby na sali operacyjnej „kroili” nas chirurg, który ostatni raz do książek, badań i doniesień nauki w swojej specjalizacji sięgnął na studiach?



Magda Andrzejewska, Plej

W organizacji eventów systematyzowanie zadań powinno być podstawową umiejętnością każdego producenta. Część osób posiada naturalny dar w tej dziedzinie, a inni chętnie korzystają z popularnych wśród event managerów narzędzi, które to zadanie będą ułatwiać. Na rynku dostępny jest cały wachlarz przeróżnych aplikacji i programów do zarządzania czasem lub projektami. Zapewne wszyscy słyszeli o Asanie, Trello czy narzędziach w Google Drive. Zaletami tych programów zdecydowanie jest możliwość zebrania w jednym miejscu wszystkich aspektów prowadzonego projektu. Kolejnym plusem jest fakt, iż wszystko dzieje się w czasie rzeczywistym i umożliwia natychmiastowy feedback wielu użytkowników aplikacji. Dodatkowo są bardzo proste w obsłudze i intuicyjne. To, na które z tych narzędzi się decydujemy, zależy od naszych potrzeb, umiejętności czy wreszcie od organizacji, w jakiej pracujemy. Są producenci, którzy świetnie sobie radzą jedynie z pomocą Excela i chwala im za to. Wszelkie apki biorą w łeb, jeśli nie zdobędzie się odpowiedniego doświadczenia, aby rozsądnie priorytetyzować zadania. A w tym pomóc może tylko ciężka praca, pokora i chęć czerpania wiedzy od innych.

Paweł Haberka, PowerEvents

Odpowiedź na pytanie „jakimi narzędziami pracuje event manager?” wydaje się być banalnie prosta – laptop oraz telefon komórkowy. Zgadza się, jednak jest to jedynie wierzchołek góry lodowej. Te dwa urządzenia są fundamentem pracy każdego organizatora imprez, ale żeby zapanować nad ogromnymi ilościami informacji i poprawną komunikacją, to za mało. Pierwszą i zarazem najważniejszą rzeczą, od której powinien zacząć pracę każdy event manager jest stworzenie listy zadań. Bardzo dobrze funkcjonującym narzędziem do tworzenia tzw. „to do list” jest ASANA – bezpłatny program, pozwalający na dodawanie działań, zarówno indywidualnych, jak i grupowych. Tworzenie sieci grup pracujących nad danym zadaniem usprawnia przebieg podziału obowiązków oraz kontroli nad procesowaniem działań projektowych. Kolejnym aspektem prawidłowej pracy event managera oraz eliminacji niepożądanych błędów jest dobra komunikacja. W tym temacie sprawdzi się program SLACK – aplikacja ta pomoże nam zadbać o spójną komunikację tekstową, głosową oraz możliwość przesyłania multimediów. Rozbudowane możliwości tworzenia kanałów oraz podgrup usprawnią przepływ wewnętrznych informacji.



Grzegorz Kienksman, Rebelia Media

Najważniejszym narzędziem event managera jest jego mózg. Poszczególne rejonry tego mechanizmu przyjmują kontrolę nad kolejnymi etapami realizowanych projektów. W pracy event managera używam przede wszystkim kory mózgowej. I tak w czasie tworzenia koncepcji eventu uaktywniam płat ciemieniowy, który pozwala mi myśleć abstrakcyjnie i jest ośrodkiem wyobraźni. W czasie przygotowania wydarzenia aktywizuję płat czołowy kierujący wolą działania, pamięcią roboczą, poczuciem czasu i przewidywaniem konsekwencji. Podczas eventu mocno działa płat limbiczny, odpowiedzialny za emocje. Mój mózg to niezawodna baza danych i super szybka wyszukiwarka. To dane zebrane podczas wszystkich życiowych doświadczeń i ich najbardziej nieoczekiwane asocjacje. To tak w przybliżeniu, bo na eventach znam się lepiej niż na kognitywistyce.



Warszawski Bank Club to miejsce niezwykle zarówno pod względem designu jak i funkcjonalności.

1200 m² wysublimowanej przestrzeni klubowej.

Pod niebotycznymi, ozdobionymi złotą sztukaterią sufitami a klasyczną kolumnadą starej bryły zabytkowego banku znajduje się przestrzeń o bardzo nowoczesnym charakterze, której aranżacja uzupełniona jest nutą artystycznego wdzięku.

Bank Club to idealne miejsce do organizacji imprez firmowych, eventów, imprez integracyjnych, jubileuszy jak i prywatnych spotkań w kameralnym gronie.

Klub posiada dwa niezależne wejścia do dwóch osobnych sal klubowych BANK CLUB / BLU CLUB, daje to nam możliwość organizacji dwóch imprez jednocześnie lub jednego dużego eventu.

Zapewniamy infrastrukturę, catering, oraz wsparcie techniczne umożliwiające perfekcyjną organizację każdej imprezy.

MICHAL@BANKCLUB.PL / +48 502 432 248
UL. MAZOWIECKA 14 / 00-048 WARSZAWA

WWW.BANKCLUB.PL

/ BANKCLUBWARSAW
 / BANKCLUBPL



JEDNO MIEJSCE

WIELE INSPIRACJI

KONGRESY

EVENTY

WYSTAWY

GALE

KONCERTY

TARGI

KONFERENCJE

POKAZY MODY

IMPREZY

KULTURALNE

www.expoxxi.pl





HOTEL EUROPA
STARACHOWICE

tel. +48 41 276 78 00
rezerwacja@europa-hotel.pl

www.europa-hotel.pl

Hotel Europa**** Starachowice to nowoczesny obiekt z wieloletnim doświadczeniem. U stóp Gór Świętokrzyskich znajdziecie Państwo doskonale miejsce na chwilę relaksu i odpoczynku, jak również na zorganizowanie wspaniałego eventu czy konferencji. Gwarantujemy Państwu relaks w komfortowych, przestronnych i dobrze wyposażonych pokojach.

Hotel posiada 150 pokoi z 350 miejscami noclegowymi. Z myślą o spotkaniach biznesowych przygotowaliśmy 9 sal konferencyjnych o łącznej powierzchni 1100 m². Każda z sal wyposażona jest w podwieszany ekran oraz rzutnik multimedialny, klimatyzację oraz bezprzewodowy dostęp do Internetu. Istnieje też możliwość wprowadzenia samochodu do celów pokazowych do dwóch sal.

Nasi Szeffowie Kuchni specjalizują się w kuchni polskiej i międzynarodowej. Doceniają także smaki regionu, o czym świadczy certyfikat „Dziedzictwo Kulinarne Świętokrzyskie”.

Restauracja Europejska to unikalna dwupoziomowa sala bankietowa dla 350 osób. Na jej wyjątkową funkcjonalność składa się scena z garderobami oraz stosownym zapleczem. Tę klimatyzowaną salę charakteryzuje znakomita akustyka.

Z Sali Europejskiej wychodzimy do altany grillowej, która pomieści nawet 150 osób. Do dyspozycji Gości posiadamy także klub muzyczny „Iluzja”, doskonale miejsce na mniej formalny bankiet. Pub Irlandzki Dublin oraz taras Panorama Lounge to idealne miejsce na kameralne spotkanie w mniejszym gronie.

Relaks zapewni Państwu Strefa Spa, a w niej: • Bechchlorowy basen • Basen z hydromasażem • Brodzik dla dzieci • Jacuzzi wewnętrzne i zewnętrzne • 4 sauny, w tym eventowa dla 50 osób, w której prowadzone są seanse saunowe • Siłownia • Pełnowymiarowy certyfikowany kort do squash'a.



ŚWIĘTOKRZYSKIE CENTRUM KONFERENCYJNE

Z nami
zorganizujesz
perfekcyjną konferencję!

- 9 sal konferencyjnych
- 1100 m² powierzchni konferencyjnej
- 150 pokoi łącznie 350 miejsc noclegowych
- bogaty wybór menu oparty na lokalnych produktach
- doświadczony personel potrafiący słuchać i reagować na potrzeby Gości
- klub nocny do 400 osób z nowoczesnym nagłośnieniem i oświetleniem

STREFA RELAKSU

Nowoczesne SPA, baseny bechchlorowe, strefa saun, jacuzzi wewnętrzne i zewnętrzne, squash, siłownia.

+48 41 276 78 00

www.europa-hotel.pl



ENERGYLANDIA

NAJNOWOCZEŚNIEJSZY PARK ROZRYWKI W POLSCE

DLA BIZNESU

BILETY
NA
KONKURSY



EVENTY
FIRMOWE



BILETY DLA
PRACOWNIKÓW
W WERSJI
NA PREZENT

WWW.ENERGYLANDIA.PL

PLASTYCZNA POWIERZCHNIA KONFERENCYJNA

Kluczem do udanej konferencji jest odpowiednia organizacja oraz starannie wybrane miejsce spełniające najwyższe standardy i oczekiwania klienta. Hulakula Rozrywkowe Centrum Miasta to niemal 6500 mkw. z możliwością rearanżacji, a wysokiej klasy wyposażenie, zaplecze cateringowe oraz pomoc naszych ekspertów jest gwarancją sukcesu.



HULAKULA
ROZRYWKOWE CENTRUM MIASTA

Jagiellońska 82B, Warszawa
konferencje.hulakula.com.pl



Mazowiecki Hotel Manor House SPA zaprasza
na spotkania biznesowe i prywatne w dobrym stylu

mtp
GRUPA

tel. +48 61 869 20 00
info@grupamtp.pl

www.grupamtp.pl

Grupa MTP wierzy w potęgę spotkań, dlatego organizuje je nieprzerwanie od blisko 100 lat łącząc ze sobą ludzi z całego świata. Ceni kompetencje, stąd w jej portfolio jest aż 100 imprez targowych. Lubi się też dobrze bawić, dlatego z powodzeniem tworzy autorskie mega-eventy dla fanów lotnictwa, motoryzacji, gier komputerowych i jeździectwa. Motywem przewodnim firmy jest hasło: „Dobrze zaprojektowane wydarzenia”. To, co wyróżnia Grupę MTP to ranga, zasięg i jakość organizowanych wydarzeń, w tym wydarzeń B2B, skierowanych do profesjonalistów, jak i targów B2C, w tym mega-eventów. Odwiedzają je goście z całego świata, również dzięki programowi Hosted Buyers, czyli spotkaniom biznesowym wystawców z wytypowaną grupą partnerów handlowych.

Grupa MTP jest zarówno organizatorem, jak i gospodarzem konferencji, kongresów, wydarzeń kulturalnych, sportowych oraz wydarzeń korporacyjnych. Jako jedyna w Polsce, była już trzykrotnie operatorem logistycznym konferencji klimatycznej ONZ i specjalizuje się w organizacji wydarzeń o międzynarodowym zasięgu. Kreuje przestrzeń eventów, bankietów i wystaw. Projektuje i buduje nawet najbardziej wymagające technicznie stoiska. Firma korzysta również z nowoczesnych narzędzi do analizowania i badania ruchu odwiedzających serwy, świadczy kompleksowe usługi marketingowe. Organizuje kampanie internetowe w social mediach, usługi telemarketingu czy e-mailingi. Świadczy także usługi reklamowe w outdoorze, zarówno na terenie targów, jak i w przestrzeni miejskiej. Organizowanym przez Grupę MTP wydarzeniom towarzyszą usługi gastronomiczne na najwyższym poziomie realizowane zarówno w designersko urządzonej restauracji Garden City, jak i poza terenem Międzynarodowych Targów Poznańskich.



Hotel dla dorosłych, przyjazny weganom i alergikom
Najlepsze od lat holistyczne SPA w Polsce
Energetyczne zabiegi w Gabinetach Bioodnowy
Restauracja z kuchnią polską i autorską „Dietą Życia”
Zabytkowy park z Witalną Wioską® SPA i Ogrodem Medytacji
Prestżowe konferencje i spotkania firmowe
Sprawdzone atrakcje dla grup i gry terenowe
Elitarny Klub Biznesowy Manor House

Hotel Manor House SPA** Pałac Odrowążów*******
ul. Czachowskiego 56, 26-510 Chlewiska koło Szydłowca

www.manorhouse.pl



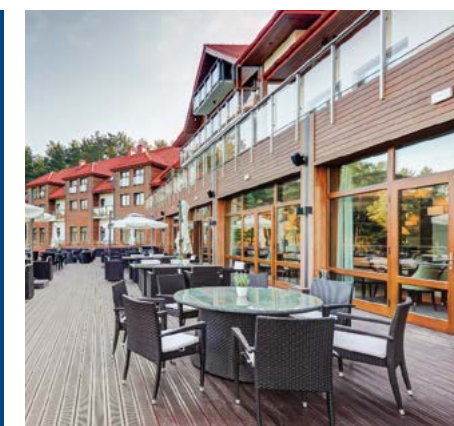


Dzika przyroda,
czyste powietrze
i błoga cisza.



tel. +48 89 642 66 00, +48 533 381 401
repcja@naturamazur.pl
konferencje@naturamazur.pl

www.naturamazur.pl



Czterogwiazdkowy Hotel Natura Mazur Resort & Conference Warchały położony jest na Mazurach, tuż nad brzegiem jeziora Świątajno, jednego z najczystszych jezior w Polsce. Hotel wyróżnia się doskonałą lokalizacją, umożliwiającą szybki dojazd z największych aglomeracji: Warszawa (190 km), Trójmiasto (200 km), Łódź (260 km), Olsztyn (45 km).

Hotel oferuje swoim Gościom 93 klimatyzowane pokoje i apartamenty. Każdy pokój wyposażony jest w telewizor, minibar i sejf. Naszym Gościom zapewniamy dostęp do bezpłatnego, bezprzewodowego internetu WiFi oraz 130 miejsc parkingowych.

Przestrzeń konferencyjna to trzy sale o całkowitej powierzchni 370 m², mieszczące do 250 osób w ustawieniu teatralnym. Hotel dysponuje również mniejszymi salami umożliwiającymi organizację kameralnych spotkań biznesowych.

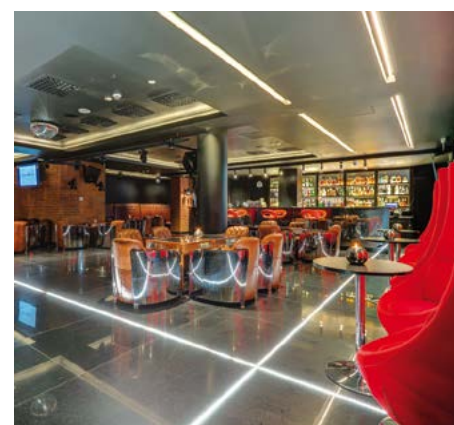
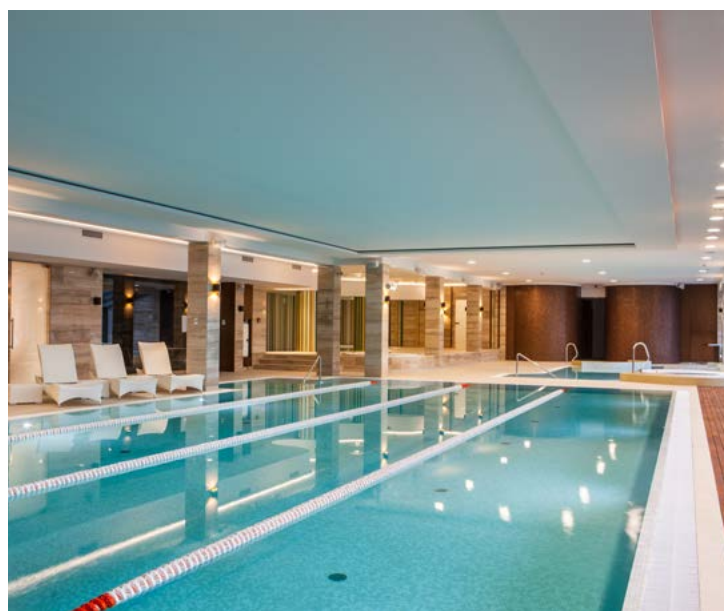
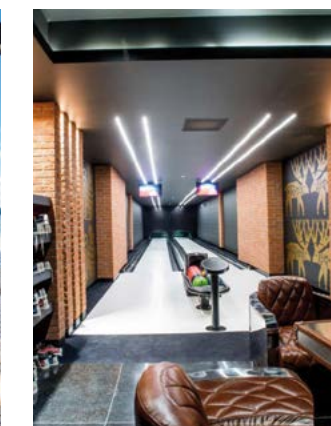
Gościom, chwile relaksu zapewnia ekskluzywna Strefa Wellness z basenem pływackim i rekreacyjnym, strefa saun, jacuzzi wewnętrzne i zewnętrzne oraz siłownia. Zapraszamy również do relaksu w Natura SPA, oferującym szeroką gamę zabiegów.

Starannie dobrane menu restauracji Poezja Smaków jest odzwierciedleniem umiejętności i sztuki kulinarnego Szefa Kuchni – to podróż po lokalnych, apetycznych specjach. Kawiarnia Natura Cafe oferuje bogatą gamę deserów własnej produkcji, aromatycznych kaw i wykwintnych herbat. Hotel dysponuje dużą, zadaszoną wiatą grillową, usytuowaną na plaży, która sprzyja organizacji imprez plenerowych i biesiad przy ognisku. Doskonałym miejscem do wieczornych integracji jest klimatyczny klub nocny, wyposażony w dwa tory do gry w kregle i bilard.

Aktywnym Gościom hotel proponuje rowery, dwa boiska do siatkówki plażowej i badmintonu. Na najmłodszych czeka w pełni wyposażona sala zabaw.

Piękne położenie nad samym jeziorem, bliskość lasu i duży, prywatny teren z piaszczystą plażą to niezaprzeczalne atuty naszego hotelu!

Hotel Natura Mazur położony nad Jeziorem Świątajno w miejscowości Warchały na Mazurach to idealne miejsce, żeby chociaż na chwilę uwolnić się od miejskiego zgiełku i w pełni odpocząć.



www.naturamazur.pl



tel. +48 18 20 22 400
konferencje@nosallowy-dwor.eu

www.nosallowy-dwor.eu

Nosalowy Dwór Resort & SPA jest jedną z najbardziej znanych destynacji MICE w górach. Resort urzeka architekturą inspirowaną stylem najlepszych alpejskich kurortów, doskonałą lokalizacją, świetną kuchnią oraz profesjonalną obsługą. Resort dysponuje blisko 400 pokojami, 23 salami dla ponad 2 tys. osób, w tym Centrum Kongresowe „GERLACH” mieszczące blisko 1200 osób.

„GERLACH” to 1250 m² powierzchni bez filarów na całej długości sali, ponad 6 m wysokości i nowoczesne wyposażenie multimedialne, co sprawia, że jest to największa tego typu sala w regionie, przystosowana do realizacji najbardziej wymagających imprez, w tym koncertów czy wydarzeń sportowych transmitowanych przez TV.

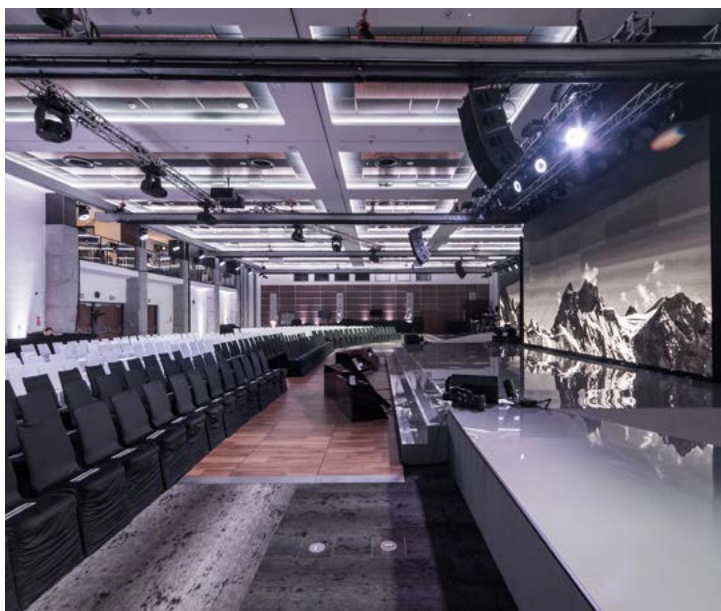
W Resorcie znajduje się także Centrum Konferencyjne „Rysy” i VIP Business Lounge „Giewont” z 9 salami typu boardroom, kameralnym barem i widokowym tarasem.

Kompleksowa oferta Resortu dla segmentu MICE, poza nowoczesną przestrzenią dla biznesu, obejmuje również propozycje autorskiego, holistycznego NABE SPA z ofertą Corporate Wellness. W myśl hasła – „pracuj z pasją w harmonii” ofertę MICE Resortu uzupełniają specjalnie dobrane zabiegi SPA dopasowane do potrzeb uczestników eventów i agendy konferencji. Oferta, oprócz dedykowanego pakietu zabiegów, obejmuje pobyt w saunie, na basenie, w strefie relaksu, warsztaty tematyczne (np. dotyczące zmiany wizerunku, pielęgnacji, żywienia), zajęcia sportowe w strefie Fit & Gym oraz na zewnątrz.

Na terenie Resortu znajdują się także 3 restauracje, bary, zadaszone, regionalne wiaty grillowe z miejscem na integrację oraz 2 tys. m² eventowych terenów zewnętrznych. Obiekt dysponuje miejscami parkingowymi wokół i w podziemnych garażach, a także miejscem lądowania dla helikopterów i stacją do ładowania pojazdów elektrycznych.

Infrastruktura kompleksu, doświadczenie w organizacji wymagających realizacji MICE, dedykowany opiekun klienta, współpraca z najlepszymi partnerami, profesjonalny zespół organizacyjny oraz magiczny klimat Zakopanego to gwarancja udanego eventu.

Resort trzy razy z rzędu zdobył nagrodę MP Power Awards - w kategoriach Event Venue, Multi Venue i Kongres Venue.



DOŚWIADCZENIE | ZNANA MARKA | NIEOGRANICZONE MOŻLIWOŚCI

NAJWIĘKSZE MULTI VENUE POD TATRAMI

1270 miejsc noclegowych

eventy dla **2000** osób

3 niezależne centra
konferencyjne i restauracje

dla ponad **300** osób
zadaszone wiaty grillowe

2000 m² eventowych
terenów zewnętrznych

23 sale konferencyjne

Trzykrotny zwycięzca
w konkursie MP Power Awards



konferencje@nosallowy.pl



tel. +48 22 468 00 00,
+48 732 960 000, +48 732 680 000
info@piekno.com.pl

www.piekno.com.pl

Piękno – 400 metrów niezwyklej, eventowej przestrzeni. Przez lata próbowano zdefiniować piękno, a można odnaleźć je w samym centrum Warszawy. To wyjątkowe miejsce, w którym wydarzenia się przeżywa i celebrytuje. To przestrzeń, która inspirowa. W idealnej harmonii historia przeplata się tu z nowoczesnością. Mury Piękna pamiętają XIX wiek, kiedy w tej stylowej kamienicy mieściła się Fabryka Czekolady. To właśnie w naszych wnętrzach poczują Państwo ducha przedwojennej, dystyngowanej Warszawy, który przeplata się ze współczesną elegancją. Cała lokacja utrzymana jest w klimacie loftowego wnętrza z dostępem do światła dziennego i niezbędnych udogodnień do organizacji niezapomnianych wydarzeń.

Miejsce i nasze zaangażowanie sprawia, że goście traktowani są u nas wyjątkowo, a wydarzenia nabierają blasku. Wyróżnia nas profesjonalizm w działaniu, wyszukany gust, smak i niezapomniane wrażenia. Do organizowanych wydarzeń podchodzimy kompleksowo. Od aranżacji i scenografii, po multimedia, catering, oprawę muzyczną i artystyczną, gdyż każde nasze wydarzenie musi przybrać formę nietuzinkowego widowiska, wręcz arcydzieła.

Przekraczamy granice, przełamujemy stereotypy i odrzucamy rutynę. Wszystko po to, by jak najlepiej oddać unikatowość każdego wydarzenia.

Piękno to miejsce, które z nieskrywaną przyjemnością zorganizuje: spotkania biznesowe, konferencje prasowe, prezentacje produktów, szkolenia, warsztaty, imprezy okolicznościowe, sesje zdjęciowe, produkcje filmowe i telewizyjne, wystawy, wernisaże, spotkania autorskie i pokazy mody.

W liczbach prezentujemy się następująco: łączna powierzchnia: 400 m², dwie główne przestrzenie prezentacyjne: 50 m² i 70 m², patio: 50 m², oraz dostępne dla gości: bar, strefa lounge, szatnia, toalety, kuchnia wraz z zapleczem kuchennym. Maksymalna liczba gości: forma stojąca (bankietowa)/ 350 osób (wiosna-lato), 300 osób (jesień-zima), forma zasiadana przy okrągłych stołach/ 140 osób, forma teatralna (konferencyjna)/ 60 osób x 2 sale.

Gwarantujemy wydarzenia obfitujące w niezapomniane doznania, gdyż bardziej niż słowa cenimy działanie. Jeśli masz pomysł na inne wydarzenia – daj znać, chętnie zamienimy je w coś wyjątkowego. Jedna przestrzeń, nieograniczone możliwości. Zapraszamy do Piękna!



PIĘKNO

Miejsce wydarzeń

*Spotkania firmowe
& biznesowe
Konferencje prasowe
Prezentacje produktów
Szkolenia & warsztaty
Imprezy okolicznościowe
Sesje zdjęciowe
Produkcje filmowe
Wystawy
Wernisaże
Spotkania autorskie*

+48 732 960 000
+48 732 680 000
+48 22 468 00 00
info@piekno.com
www.piekno.com.pl



JEDYNA TAKA PRZESTRZEŃ W GDAŃSKU

3 piętra niespotykanych dotąd w Polsce możliwości kreowania spotkań i wydarzeń biznesowych na międzynarodowym poziomie.

ROOF TOP by SASSY # SASSY Club & Prive # Apartamenty SASSY Suites



ROOF TOP by
SASSY
Café & Lounge

SASSY



SASSY to przede wszystkim doświadczenia szyte na miarę. Tworzone z myślą o gościach poszukujących nowych wrażeń, obsługi typu perfect serve oraz spersonalizowanej oferty odpowiadającej indywidualnym preferencjom.

SASSY & ROOF TOP by SASSY
Chmielna 10 / Wyspa Spichrzów / Gdańsk

www.besassy.pl   [sassygdansk](https://www.facebook.com/sassygdansk)

SASSY ROOF TOP by
SASSY
Café & Lounge

tel. + 48 732 340 604
events@besassy.pl

www.besassy.pl
[fb.com/sassygdansk](https://www.facebook.com/sassygdansk)

SASSY to koncept wielowymiarowy. Miejsce wyjątkowej celebracji w samym sercu kosmopolitycznego Gdańska, czerpiące energię i inspirację z wielu sztuk. Tu spotyka się świat biznesu, kultury i rozrywki. SASSY Music & Venue to 3 piętra niespotykanych dotąd w Polsce możliwości kreowania spotkań i wydarzeń biznesowych na międzynarodowym poziomie. Wnętrza wyznaczające nowe trendy w świecie kultury i designu, najnowocześniejsze multimedia i wielowymiarowa przestrzeń czynią to miejsce wyjątkowym. Dodatkowym walorem jest lokalizacja tuż nad brzegiem Motławy w zabytkowym Spichlerzu na Wyspie Spichrzów, w nowoczesnym kompleksie Deo Plaza.

SASSY wyróżnia się: #doskonałą lokalizacją w centrum Gdańska ze spektakularnym widokiem na Stare Miasto, #unikalnym designem przestrzeni oferującym wiele możliwości aranżacji, #zintegrowanym systemem nagłośnienia, oświetleniem scenograficznym najwyższej jakości oraz trzema ekranami ledowymi, #własnym zapleczem cateringowym oferującym szerokie spektrum usług, #możliwością kompleksowej produkcji wydarzeń przez team eventowy SASSY.

SASSY Music & Venue to kilka przestrzeni i możliwości ich wykorzystania. SASSY Club to niezwykła część klubowo-artystyczna, znajdująca się na 7. piętrze, zaaranżowana w duchu kosmopolitycznych klubów, wyposażona w wysokiej jakości sprzęt techniczny, dzięki któremu każde organizowane wydarzenie może mieć swój unikalny charakter. SASSY Prive „zawieszona” pomiędzy 7 a 8 piętrem, z widokiem na przepiękną panoramę gdańskiego Starego Miasta. Zanurzona w zieleni i kwiatach zapewnia prywatność i chwile wytchnienia, które mogą przekształcić się w miejsce spotkania biznesowego. SASSY Suites to cztery wyjątkowe apartamenty zlokalizowane na 6. piętrze zabytkowego spichlerza. Ich unikalny butikowy, scenograficzny i ekstrawagancki design może posłużyć jako przestrzeń noclegowa dla ważnych gości, niezależne miejsce spotkań biznesowych czy nietuzinkowa strefa imprezowa. Ostatnie piętro SASSY to całoroczny przeszklony ROOF TOP o powierzchni 300 m², wypełniony roślinnością, niesamowitymi instalacjami świetlnymi z imponującym widokiem na panoramę Starego Miasta. Jego zadaniem jest zapewnić niezwykłą enklawę, a dzięki mobilnemu umeblowaniu, przestrzeń może przekształcić się w wyjątkowe miejsce np. na konferencję, launch nowego produktu, eleganckie koktajl party czy wieczorną imprezę integracyjną.






Targi Kielce
exhibition & congress centre

tel: +48 41 365 12 22
centrum@targikielce.pl

www.targikielce.pl
www.kielcekonferencje.pl

Centrum Kongresowe Targi Kielce łączy innowacyjność i profesjonalizm. To partner w biznesie, oferujący najwyższej jakości przestrzeń eventową do indywidualnej aranżacji oraz szereg usług dodatkowych związanych z organizacją wydarzeń specjalnych. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu jest gwarantem wysokiej jakości usług w zakresie organizacji zarówno dużych, jak i kameralnych wydarzeń. Ustawienia bankietowe, teatralne czy wielopoziomowe trybuny pozwalają dostosować przestrzeń do formuły wydarzenia. Bogata oferta i wiele możliwości pozwala na realizację spektakularnych koncertów, wyjątkowych jubileuszy, jak i gal, kongresów, konferencji, a także wystaw i wernisaży. Nawet najbardziej skomplikowane zadania, stawiane przez klientów są kompleksowo planowane oraz wykonywane.

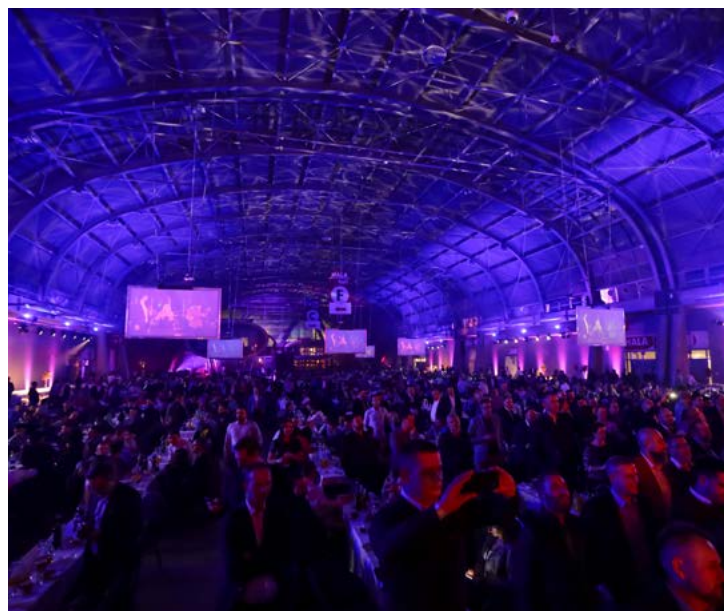
Oferujemy:

- halę wystawienniczo-kongresową na 4 500 osób z możliwością przygotowania dowolnej aranżacji
- salę kongresowo-bankietową dla 850 osób
- 19 nowoczesnych sal konferencyjnych

- 57-metrową unikalną wieżę z dwoma panoramicznymi salami konferencyjno-bankietowymi
- strefę VIP i strefę wypoczynku
- profesjonalną pomoc w organizacji najbardziej wymagających eventów
- nowoczesne wyposażenie audiowizualne
- biuro prasowe
- rozległy teren umożliwiający pokazy produktów na otwartej przestrzeni
- zaplecze gastronomiczne i sanitarne
- 2400 miejsc parkingowych na strzeżonym terenie targów
- bezpośredni dojazd z drogi S7

Bezpośrednie połączenie z siedmioma nowoczesnymi halami wystawienniczymi Targów Kielce znacznie poszerza możliwości organizowanych wydarzeń.

Centrum Kongresowe Targów Kielce umiejscowione jest w doskonałym punkcie, u zbiegu arterii prowadzących do takich miast jak: Warszawa, Kraków, Łódź.



 **Targi Kielce**
exhibition & congress centre

sztuka
spotkań

www.kielcekonferencje.pl

www.targikielce.pl





Terma
Bania

tel: +48 18 261 25 40
bok@termabania.pl

www.termabania.pl

Terma Bania to kompleks basenów stworzony z myślą o wypoczynku i zabawie dla **całej rodziny**. Z uwagi na różne potrzeby gości, podzieliłiśmy go na strefy – Zabawy, Relaksu, Saunarium oraz Medical SPA.

Dla **rodzin z dziećmi** dedykowana jest **Strefa Zabawy** z mnóstwem atrakcji i rozrywek, m.in. całoroczna wieża zjeżdżalni z trzema dynamicznymi ślizgami, wodny plac zabaw dla najmłodszych, zjeżdżalnia rodzinna, basen ze sztuczną falą, jacuzzi z surową wodą siarkową czy rwąca rzeka w basenie zewnętrznym. W okresie letnim strefa ta powiększa się o prawdziwe **wodne miasteczko** z placem zabaw, gigantycznymi dmuchanymi zjeżdżalniami i wodnym ślizgiem.

Po wodnych szaleństwach można przejść do **Strefy Relaksu** i odprężyć się w basenach z wieloma stanowiskami do masażu. Relaksowi sprzyja także widok na panoramę przepięknych Tatr. Część zewnętrzna tej Strefy to same nowości! **Dwa baseny zewnętrzne** z widokiem na Tatry stanowią ponad 200 m² dodatkowego lustra wody! Do tego nowy **drink bar w wodzie!** Przebudowa-

liśmy całkowicie zewnętrzny ogród Strefy Relaksu, umieszczając tam dwie sauny tekstylne - **saunę fińską i widokową saunę ziołową** oraz niecki do schładzania - wodną z wodą o temperaturze 10°C oraz śniegową ze śniegiem dostępnym przez cały rok!

Osoby powyżej 16. roku życia mogą znaleźć wytchnienie i harmonię w naszym **Saunarium, z ruską kąpielą, saunami fińskimi, grotą kamienną i łaźnią parową oraz basenem solankowym i tężnią**. Do pięknego ogrodu Saunarium wypływa **basen chłodzący z wodospadem**, w którym można ukoić rozgrzany po saunowaniu organizm.

W każdej strefie znajdują się bary i restauracje, z wysmienitą ofertą orzeźwiających napojów oraz posiłkami, które uzupełnią energię po wodnych zabawach.

Dla pełnego relaksu i wypoczynku warto pobyt w Termie Bania poszerzyć o zabieg kosmetyczny w gabinetach **Medical SPA Powrót do Źródła**, zlokalizowanych w obiekcie, na przykład odprężający masaż gorącymi kamieniami.



Terma
Bania

MIEJSCE PEŁNE RELAKSU



WIOSNA



LATO



ZIMA



JESIEŃ

termabania.pl

CITYCOMFORT

APARTHOTEL

Twoje miejsce w Warszawie

ZADZWOŃ
+48 22 113 98 15

- 26 apartamentów w dwóch standardach
- idealny dojazd ze wszystkich kierunków Warszawy
- nowoczesny, nowo otwarty obiekt

ul. Wolska 165
01-258 Warszawa

CITYCOMFORT
APARTHOTEL

Rezerwacje dla firm i grup zorganizowanych: sprzedaz@citycomfort.pl



WERSAL
CATERING

CATERING INNY
NIŻ WSZYSTKIE ...



WWW.WERSALCATERING.PL

POLUB NAS

OBSERWUJ

575 603 601



Wywiad sponsorowany

CATERING Z PASJĄ NA KRÓLEWSKIM POZIOMIE

Firmy cateringowe prześcigają się w pomysłach na zdobycie klientów, Wersal Catering skupia się na najwyższej jakości usług. Z założycielem firmy, prezesem Łukaszem Królikowskim rozmawiamy o początkach działalności, zmianie nazwy, roli silnego zespołu pracowników i planach na przyszłość.

Skąd pomysł na założenie firmy cateringowej?

To było moje marzenie, w które nikt oprócz mnie i mojej żony nie wierzył. Kiedyś miałem je w głowie, a teraz trzymam w ręku. To od zawsze była moja pasja, swoisty rodzaj uzależnienia od gastronomii. Zawsze chciałem od życia czegoś więcej, a prowadzenie firmy dało mi wolność i swobodę, której zawsze pragnąłem.



Jak przebiegał rozwój firmy?

Początki były bardzo trudne, dzięki Bogu nie brakowało mi nigdy siły i determinacji. Zawsze także miałem (i nadal mam) ogromną pomoc i wsparcie mojej żony Marty. Zaczynaliśmy od drobnych, prywatnych zleceń, które dość szybko zmieniły się w konkretne realizacje. Wszystkie nasze marki, działające pod spółką KRÓLIKOWSCY FOOD INVEST, budujemy na solidnych podstawach tak, aby nasze dzieci miały kapitał na przyszłość. Uważam, że nasz prężny rozwój spowodowany jest tym, że więcej inwestujemy niż konsumujemy. Wersal Catering to przede wszystkim zgrany zespół przyjaciół. Mówią o nas, że jesteśmy prawdziwą gastronomiczną rodziną. Wszyscy, którzy z nami pracują są pasjonatami gotowania – my po prostu kochamy karmić ludzi. Jako firma cateringowa jesteśmy obecni na rynku od 2008 r. Początkowo figurowaliśmy pod nazwą Papaja Catering & Events. Musieliśmy ją jednak zmienić z dwóch powodów. Po pierwsze, chcieliśmy podkreślić jakość i prestiż naszych usług, po drugie, niestety nie mogliśmy zastrzec nazwy Papaja Catering. Teraz możemy pochwalić się licznymi markami: Wersal Catering, Wersal Catering for kids oraz MR&MRS FIT catering dietetyczny. Gwarantujemy tym samym klientom: profesjonalizm, doświadczenie, bezpieczeństwo realizacji oraz jakość naszych



produktów. Celem firmy jest, by każdy klient był w 100% usatysfakcjonowany i zadowolony z naszych usług.

Co jest siłą napędową Waszej kuchni?

Siłą napędową naszej kuchni są na pewno ludzie, którzy gotują z pasją, ponieważ to kochają! Uwielbiają to, co robią, a my zawsze w nich wierzymy, nawet wtedy, kiedy oni sami tracą wiarę w siebie.

Skąd czerpie Pan inspiracje do tego, aby cały czas tworzyć nowe działy oraz rozwijać firmę?

Tak naprawdę z kilku źródeł, po pierwsze z niesamowitego zespołu ludzi, których zatrudniamy, po drugie z serdecznej presji klientów (tak powstał catering dietetyczny MR&MRS FIT). Reszta pomysłów rodzi się w mojej głowie.

Zasady współczesnego biznesu są bezwzględne. Jak się w nich odnaleźć, a jednocześnie pozostać sobą, czy to czasem nie przeszkadza w jego prowadzeniu?

Oczywiście, że przeszkadza, ale wychodzimy z żoną z założenia, że w życiu trzeba być porządnym. Pieniądze nie są najważniejsze, mamy kręgosłup moralny, którego nigdy nie złamiemy.



WERSAL
CATERING

Kto dziś dogląda firmy, kiedy spędza Pan czas z rodziną?

Tak naprawdę nie jestem w stanie w 100% spędzać czasu z rodziną, np. udać się na urlop bez telefonu czy komputera. Firma realizuje zlecenia 24 godziny na dobę, czasami pojawiają się sytuacje niezależne od nas. Wersal Catering jest moim dzieckiem, muszę wiedzieć o wszystkim, co się dzieje. Na szczęście, moja rodzina jest wyrozumiała, za co jestem im niezmiernie wdzięczny. W nieoczekiwanych sytuacjach mogę liczyć na wsparcie i pomoc Dyrektora Sprzedaży w naszej firmie - Magdaleny Siry.

Jakie są plany na kolejne miesiące, lata?

Plan jest jeden: największy i najlepszy zakład cateringowy w Polsce, który tworzy najlepsze miejsca pracy, zatrudnia najlepszych specjalistów oraz realizuje cateringi inne niż wszystkie...

W tym biznesie jedną z kluczowych ról odgrywa odpowiedni zespół. Jak w dzisiejszych czasach, kiedy jest trudno o ludzi z pasją, udaje się Panu ich zdobywać?

Tak naprawdę staramy się tworzyć przyjazne miejsce pracy, mieć normalne relacje z zatrudnionymi, inspirować ludzi. Coraz częściej jest też tak, że nie musimy szukać pracowników, ponieważ oni sami do nas aplikują.

Rozmawiał **Andrzej Kuczera**





tel: +48 884 347 847
catering@delicatering.pl

www.delicatering.pl

Deli Catering dostarcza profesjonalne usługi cateringowe, świadczone na terenie całej Polski. Specjalizujemy się w cateringu eventowym zwanym kulinariami eventowymi. Dostarczamy wyjątkowe i niebanalne rozwiązania kulinarne, niezależnie od miejsca i liczby osób. Propozycje menu i usług towarzyszących dostosowujemy do budżetu, indywidualnych sugestii i charakteru imprezy. Pracujemy wyłącznie na najlepszych produktach od zaufanych dostawców. Nasza kuchnia to 400 m² zaplecza produkcyjnego, wyposażonego w nowoczesny sprzęt i nowatorskie rozwiązania technologiczne.

W swoim portfolio doświadczeń posiadamy ponad 60 miejscowości, w których obsługiwaliśmy wybrane wydarzenia oraz eventy. Siedzibę mamy w Warszawie, oddział w Katowicach, a regularnie bywamy w Poznaniu, Łodzi, Trójmieście, Krakowie oraz Wrocławiu. Dzięki rozbudowanej strukturze logistycznej oraz bazie sprzętowej elastycznie podchodzimy do oczekiwań Klientów. Co więcej, dysponujemy własną flotą transportową, dopuszczoną w ruchu międzynarodowym. Posiadamy również doświadczenie w obsłudze cateringowej wydarzeń poza granicami Polski.

Kompleksowo zapewniamy: spersonalizowane menu / aranżację stołów i bufetów / obsługę kelnerską i barmańską / sprzęt cateringowy / logistykę.

Obsługujemy: Gale / Kongresy / Konferencje / Eventy firmowe / Szkolenia / Przyjęcia okolicznościowe.

Bądź z nami na bieżąco: #bedelighted

Kulinaria Eventowe numer 1 w Polsce.



Daj się zachwycić. Niezależnie od miejsca i liczby Gości.

DELI CATERING
KULINARIA EVENTOWE · NUMER 1 W POLSCE

+48 22 599 45 60 · CATERING@DELICATERING.PL · WWW.DELICATERING.PL



FOTOBAR

EVENTY, IMPREZY, TARGI, WESELA, PREMIERY, POKAZY, OTWARCIA, JUBILEUSZE, BANKIETY



BARY KOKTAJLOWE, OBSŁUGA BARU
SZKOLENIA, WARSZTATY, DEGUSTACJE
BAR WESELNY, BAR CATERING



PROSECCO BAR
WINE BAR, BEER BAR
PROSECCO VAN PIAGGIO APE



BARY KAWOWE, BARISTA
WARSZTATY KAWOWE
PRZERWY KAWOWE



LOGO NA KAWIE
WYDRUKI NA KAWIE
WYDRUKI NA DRINKACH



FOTOBUDKA LUSTRO, SELFIE MIRROR
FOTOBUDKA KLASYCZNA
MULTIBUDKA (foto, gif, video)



BARY MOBILNE LED
LED IGLOO, LED TETRIS,
SKÓRZANE PIKOWANE, TEMATYCZNE



CANDY BAR LOVE, LITERY LOVE
CIĘŻKI DYM, TANIEC W CHMURACH
BEZPIECZNE ISKRY - PIROTECHNIKA



GOODO

... more than good ...



- Sprzedaż i wynajem profesjonalnych maszyn do kawy (Rancilio/EGRO).
- Serwis gwarancyjny i pogwarancyjny
- Sprzedaż kawy wysokiej jakości
- Profesjonalne szkolenia dla baristów

Wesele24
www.wesele24.net

Art Beauty
Day SPA & Fitness
www.spakalety.pl

FOTOBAR
zamów nas na event
www.fotobar.com.pl

GOODO Sp. z o. o., ul. Baletowa 115 B, 02-867 Warszawa
Tel. +48 601 55 77 51, biuro@goodo.pl, www.goodo.pl



Wyjątkowa przestrzeń
na wiele okazji

RESTAURACJA
AleGloria
młoda Gessler

tel: +48 22 584 70 80
alegloria@alegloria.pl

www.alegloria.pl

Zapraszamy do organizacji spotkań o charakterze biznesowym, towarzyskim oraz rodzinnym we wnętrzach restauracji „AleGloria” oraz w imponującym Patio Domu Dochodowego.

Restauracja „AleGloria” zlokalizowana jest w centrum Warszawy na Placu Trzech Krzyży w XVIII-wiecznych podziemiach odrestaurowanej, zabytkowej kamienicy zwanej Domem Dochodowym o Trzech Frontach. Pięć oddzielnych sal, zróżnicowanych klimatem, wystrojem i aranżacją oraz piękne Patio Domu Dochodowego, które znajduje się wewnątrz kamienicy to idealne miejsce na organizację uroczystych gal, przyjęć koktajlowych, eventów firmowych czy koncertów.

Restauracja dysponuje doskonale wyszkolonym personelem, zapewniając najwyższe standardy obsługi oraz najlepszą jakość serwowanych dań. Perfekcyjny system organizacji pracy umożliwi w jednym czasie serwowanie posiłków dla klientów indywidualnych, jak i wydawanie dań przygotowywanych według ustalonego menu dla sporych, zorganizowanych grup, a także obsługę cateringu dla dużych imprez.

Restauracja posiada pięć oddzielnych sal, zróżnicowanych klimatem, wystrojem i aranżacją:

- Najbardziej reprezentacyjna i największa sala to Pole Truskawkowe (204 m²), z dominującym motywem truskawek, gdzie znajduje się także przepiękny bar solny,
- Sala Kryształowa zdobiona kryształkami Swarovskiego i obrazami (77 m²),
- Sala Leśna zdobiona drewnianymi porożami (63 m²),
- Sala Kominkowa (37 m²),
- Gabinet Malczewskiego (23 m²) – jest swego rodzaju wyrazem podziękowania dla artysty za cały jego dorobek i elementem inspiracji, jaką Magda Gessler odnalazła w jego twórczości tworząc „AleGlorię”,
- Patio (377 m²) daje szerokie możliwości adaptacji w zależności od potrzeb i preferencji.

Unikatowe wnętrza, dekoracje oraz aranżacja sal tworzą bajkową, nastrojową przestrzeń, która w zależności od aranżacji scenograficznej i okazji pozwala zorganizować spotkanie maksymalnie dla 500 gości.



500 osób
Pojemność



700 m²
Powierzchnia
całkowita



5
sal restauracyjnych



380 m²
Patio



Możliwość
wprowadzenia
samochodu do Patio



Winda
na terenie obiektu

Skontaktuj się z nami: alegloria@alegloria.pl | tel: +48 22 584 70 80 | www.alegloria.pl



WE DO BIG!

O bogatym portfolio agencji eventowej, wymagającej pracy dla uznanych brandów, poszukiwaniu inspiracji w tworzeniu nietuzinkowych projektów i sposobie radzenia sobie ze stresem opowiada Tomasz Dworak, dyrektor zarządzający BRAVE.



Tomasz Dworak

Pretekstem do naszej rozmowy jest kolejna nagroda, która trafiła na konto BRAVE. W raporcie „Media & Marketing Polska” otrzymaliście tytuł Agencji Roku. Chyba powoli przyzwyczajacie się do tego, że branża Was docenia, bo znacie się na eventach?

To dla nas bardzo ważna nagroda. Najcenniejsza, jaką w tej branży można w Polsce zdobyć. Cieszy nas zwłaszcza to, że dzięki solidnej, w oczach oceniających nas klientów, pracy, otrzymaliśmy ją po zaledwie 4 latach działalności pod szyldem BRAVE. O tym, czy znamy się na eventach najlepiej mówi stale rosnące portfolio klientów, którzy zostają z nami na następne lata oraz kolejne wyróżnienia i nagrody.

Jakiego rodzaju wydarzenia organizujecie najczęściej?

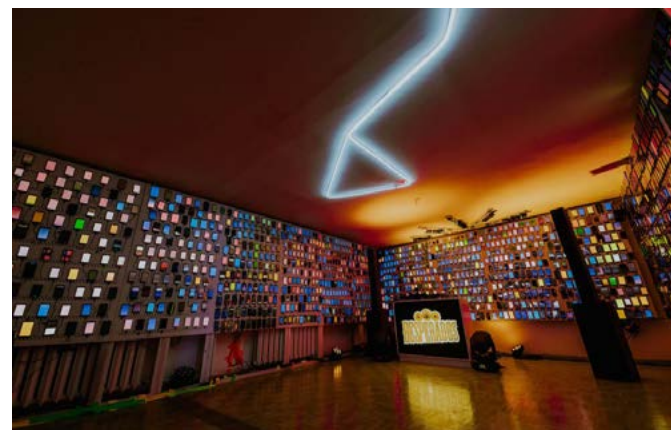
Mamy szerokie kompetencje, kreujemy i organizujemy wszelkiego rodzaju działania z obszaru event marketingu. Na koncie mamy duże wydarzenia wizerunkowe i działania wewnętrzne o charakterze korporacyjnym. Czujemy się równie pewnie na rynku B2B, jak i B2C.

„Kierujemy się holistycznym podejściem do każdego zlecenia” – można przeczytać na oficjalnej witrynie internetowej BRAVE. Co w praktyce oznacza takie podejście?

Każdy brief poddajemy szczegółowej analizie, weryfikujemy liczbę podmiotów startujących w przetargu oraz czas na przygotowanie oferty. Robimy pogłębiony research, co i z kim klient realizował w przeszłości. Działamy zgodnie z naszą filozofią – chcemy, aby każdy klient, na wszystkich etapach współpracy, był obsługiwany w najlepszy, skrojony na jego miarę sposób i by jego wydarzenie weszło na najwyższy poziom. W naszej branży nawet pozornie drobne wyzwanie może zaowocować czymś spektakularnym. Po prostu WE DO BIG!

Pracujecie dla znanych marek, takich jak Desperados czy H&M, tworząc imprezy, które są ogromnym wyzwaniem produkcyjnym. Jaki event, z ostatnio realizowanych, był dla Was najbardziej wymagający?

Takich eventów było w ostatnim czasie całkiem sporo. Na początku roku zrealizowaliśmy prestiżowe przedsięwzięcie – premierę flagowca Samsung Galaxy S10. W bardzo krótkim czasie udało się nam wyprodukować multimedialne show z wykorzystaniem najnowszych dostępnych technologii eventowych. Kolejnym wydarzeniem była wyjątkowa domówka Desperadosa, w której poszliśmy krok dalej i tworząc autorską technologię zamieniliśmy 1800 smartfonów w jeden gigantyczny ekran wyświetlający imprezowe wizualizacje. Była to chyba jedna z pierwszych komercyjnych imprez z cyklu JOMO (ang. joy of missing out), polegającym na wylogowywaniu się z mediów społecznościowych, aby cieszyć się życiem w realu, bo na czas imprezy Desperados, goście musieli porzucić smartfony. W maju zrealizowaliśmy pierwszy i bardzo wymagający event dla nowego klienta Coca-Cola - europejski start kampanii społecznej „#NeverSettle”. Był to też pierwszy komercyjny event zorganizowany w pawilonie MSN nad Wisłą. Wykorzystaliśmy sztukę, by pokazać realne problemy, z którym Coca-Cola postanowiła się zmierzyć. W czerwcu byliśmy w szczycie sezonu, realizując m.in. akcje promocyjne dla marek Desperados i Heineken, a dla Orange, po zrealizowanym z sukcesem evencie premierowym nowej taryfy Flex, tworzymy strefy wizerunkowe na festiwalach (m.in. OWF, Open'er i KLF). Zakończyliśmy kolejną edycję H&M Loves Music – festiwalu muzycznego, który realizujemy z sukcesem od trzech lat. Wielkie koncerty w centrum miasta to olbrzymie wyzwanie produkcyjne i logistyczne. Powyższe przykłady mogą mnożyć, ale najważniejsze jest chyba sedno – nie ma mniej lub bardziej wymagających eventów, do każdego trzeba odpowiednio podejść.



Fot. BRAVE.

Należy do Klubu Agencji Eventowych. Dlaczego warto promować dobre praktyki i wysokie standardy w branży?

Wymiana doświadczeń z najlepszymi inspiruje i otwiera pole do dyskusji, a chociażby wypracowana we współpracy z KAE Biała Księga promuje dobre standardy, które leżą w interesie i branży i klientów. Więcej w tej kwestii na pewno mógłby powiedzieć mój partner biznesowy Michał Atlas, z którym wspólnie zarządzamy agencją, i który od tego roku, jest jednym z członków zarządu KAE.

Rośnie świadomość i wymagania klientów w zakresie event marketingu. Jak im sprostać i być na bieżąco z obowiązującymi trendami?

To fakt, klienci coraz lepiej wiedzą czego chcą. A chcą robić coraz lepsze rzeczy i szukają do tego najlepszych partnerów, gotowych zaproponować kompleksowe, adekwatne do celów oraz budżetu, nietuzinkowe i skuteczne działania. W standardzie staramy się dawać zaskoczenie. By być na bieżąco, śledzimy, co dzieje się na świecie w naszej i pokrewnych branżach. Nie tylko tych związanych bezpośrednio z marketingiem. Inspiracje są wszędzie.

„Jesteśmy w miejscu, w którym ogranicza nas tylko wyobraźnia oraz budżet”. Czy to motto, przyświecające pracy wielu agencji eventowych, nie jest już zbyt wyświechtane?

Przez 20 lat w tej branży zdarzało mi się stawać przed wyzwaniami, którym na pierwszy rzut oka nie sposób sprostać. Śmiało więc mogę powiedzieć, że i w życiu i w eventach nie ma rzeczy niemożliwych.

Branża event & MICE w Polsce jest w fazie ciągłego wzrostu i przemian. Jakie eventy są obecnie najbardziej skuteczne i przynoszące największy zwrot?

Nie ma jednoznacznej odpowiedzi na takie pytanie. Branża faktycznie wciąż się rozwija. Mocno trzyma się trend synergii i wzajemnego przenikania działań off i online i utrzymywania stałego dialogu z konsumentem. Zaskakiwania go świeżym kontentem w sieci i doświadczeniami w realu. Dobry event żyje teraz długo po tym, jak zgasną światła – w streamie społecznościowych mediów.



Fot. BRAVE.

Zawód eventowca od wielu lat jest w czołówce najbardziej stresujących profesji świata. Czy może Pan ma receptę na to - jak uporać się ze stanem nadmiernego napięcia w pracy nad eventami?

Chciałbym taką receptę mieć. Niestety, sam jestem już po zdrowotnych przeprawach, na które stres na pewno miał wpływ. Zresztą, sama recepta to za mało. Trzeba się do niej jeszcze stosować. Polecam warsztaty i szkolenia związane z tym zagadnieniem. Sam jestem właśnie po jednym z nich i mam w głowie gotowe świetne antidotum. Taki 2-3 dniowy warsztat pozwala sporo sobie poukładać, przyhamować, pomyśleć i przygotować do wdrożenia w codzienny tryb elementów potrzebnych do dalszej pracy nad sobą i nadmiernym napięciem. Jest to długi proces, ale efekty całe szczęście szybko widać. Ponadto, pomagają: szczęśliwe życie rodzinne, możliwie częste wspólne podróże, aktywność fizyczna (ostatnia moja „zajawka” to powrót po latach do tenisa), a także umiejętność, a raczej nauka celebrowania małych chwil i rzeczy.

Rozmawiała Jaga Kolawa

Silent Sound

Najlepsze w Polsce wydarzenia w konwencji:

SILENT DISCO

www.silent-sound.pl



EVENT Z ORKIESTRĄ

Wydarzenia, w których udział bierze wieloosobowa orkiestra symfoniczna to ogromne wyzwania dla organizatorów, a jednocześnie gwarancja niezwykłego efektu dla widza. Już sam widok kilku lub kilkudziesięciu osób z różnorodnymi instrumentami muzycznymi zwykle robi wrażenie, a kiedy rozpoczynają grać, nawet ci najmniej wrażliwi muzycznie wpadają w zachwyt. To doskonały sposób, by uświetnić znaczący dla firmy jubileusz czy też zabawę taneczną.

Event z udziałem orkiestry, niezależnie od tego, jak licznej, wygląda zgoła inaczej z perspektywy organizatorów i uczestników wydarzenia. Dla tych ostatnich to uczta dla duszy i niesamowite emocje. Dzięki różnorodności instrumentów, które doskonale ze sobą współgrają, odczuwamy radość, zachwyt, melancholię, tęsknotę, budzą się w nas wspomnienia, chcemy się bawić, śpiewać i tańczyć. Taka formuła imprezy automatycznie podnosi również jej rangę. Orkiestra kojarzy się przecież z filharmonią, z kulturą wysoką, z eleganckimi strojami i wzniosłą atmosferą. Ponadto muzycy klasyczni niejednokrotnie zaskakują... aranżują popularne utwory, przy których można tańczyć do białego rana, bądź tak, by rozbawić gości. O tym, że występ orkiestry/ muzyków klasycznych może mieć charakter kabaretowy, świadczy na przykład słynna już Grupa MoCarta. Scenariuszy eventu z udziałem orkiestry jest zatem nieskończenie wiele. Kilku lub kilkudziesięciu muzyków to także niezwykły efekt wizualny. Widok orkiestronu zawsze robi imponujące wrażenie. Imprezy tego typu cieszą się dziś coraz większą popularnością. Pokazują to np. koncerty w katowickim NOSPR-ze, na które zakup biletów graniczy z cudem, ale także fakt, że niemal każdy artysta sięga dziś po takie „symfoniczne” wsparcie, a na koncertach pojawiają się

nieprzebrane wręcz tłumy. Podsumowując – dla widza, uczestnika takiego wydarzenia – to cudowne przeżycie, pełne pozytywnych emocji i wrażeń. Takie, które pamięta się długo.

Z perspektywy kreatora – agencji eventowej, wydarzenie, do którego zapraszamy orkiestrę, to także niezapomniane przeżycie, pełne pozytywnych emocji. To również wyzwanie logistyczne i organizacyjne. Rozpoczynając od scenariusza, wyboru lokalizacji, aranżacji przestrzeni, po synchronizację wszystkich elementów.

Odpowiadając na potrzeby rynku, wprowadziliśmy do swojego portfolio autorski projekt pod nazwą „Koncert Legend Muzyki Rozrywkowej”, w którym orkiestra symfoniczna towarzyszy największym gwiazdom polskiej sceny muzycznej. Odpowiadamy za organizację tego koncertu od A do Z.

Adriana Piekarska



SKĄD POMYŚL NA TEGO TYPU PRZEDSIĘWZIĘCIE?
KONCERT LEGEND MUZYKI ROZRYWKOWEJ - AUTORSKI PROJEKT EXCLUSIVE EVENT

Pomysł na tego typu przedsięwzięcie powstał w mojej głowie podczas koncertu Tribute to Michael Jackson, kiedy to, wraz z moimi dziewczynami z teamu, nie umiałyśmy usiedzieć na krzesłach, bo nogi same wyrwały się do tańca, a jednak - biletowany koncert nobilituje i nie bardzo jest miejsce na szaleństwo, chociażby z racji przestrzeni, jaką ma do dyspozycji gość wydarzenia... - wtedy postanowiłam, że chcę dać ludziom możliwość doświadczenia czegoś WIĘCEJ... czegoś, co pozostanie w sercu jeszcze dłużej... czegoś, co sprawi, że przechodzą ciarki dosłownie na całym ciele... i o! taka wizja stosunkowo szybko musiała zobaczyć światło dzienne.

To było zdecydowanie największe artystyczne wydarzenie w mojej karierze. Jako jego producent i jednocześnie reżyser, mogłam śmiało powiedzieć, że planując je, weszłam na kolejny, zupełnie inny poziom świadomości producenckiej. Mogłoby się wydawać, że organizacja koncertu to przecież nic trudnego, a jednak - przygotowanie koncertu od A do Z, gdzie absolutnie każdy utwór, wykon, aranż, wokalista, był szczegółowo analizowany i dobierany to wyższa szkoła jazdy! Tym razem, to nie ja prosiłam o repertuar gwiazdy - to ja go tworzyłam - sekunda po sekundzie, minuta po minucie, a do tego wszystkiego przecież doszła jeszcze cała oprawa taneczna oraz multimedialna. I kolejne wyzwanie to dobrać tak utwory, by z jednej strony wzruszyć, z drugiej zaskoczyć, z trzeciej rozbawić, a z czwartej podnieść poziom adrenaliny! Bo pamiętajmy, że to nie był koncert komercyjny skierowany do osób indywidualnych, które kupując bilet, wiedzą, czego się mogą spodziewać, tylko zorganizowany dla gości zaproszonych na bankiet, gdzie trzeba zadbać o to, by trafił w gusta w zasadzie absolutnie wszystkie, bez wyjątku.

„Sztuka jest odtwarzaniem rzeczy, bądź konstruowaniem form, bądź wyrażaniem przeżyć, jeżeli wytwór tego odtwarzania, konstruowania, wyrażania jest zdolny zachwycać, bądź wzruszać, bądź wstrząsać” (Władysław Tatarkiewicz) - i taki cel przyświecał nam przy produkcji Night of the Arts.

To wydarzenie z pewnością przejdzie do historii, zarówno mojej kariery zawodowej, jak i działalności Exclusive Event - jak na prawdziwą legendę przystało...

Adriana Piekarska, Chief Executive Officer Exclusive Event

LEGENDY MUZYKI rozrywkowej

THE FAMOUS ARTISTS ON ONE STAGE



ARTYSTYCZNE WIDOWISKO NA TWOIM EVENCIE

Największe przeboje prawdziwych ikon muzyki rozrywkowej w widowisku, które spełnia absolutnie wszystkie założenia eventu, dostarczając niezapomnianych, artystycznych wrażeń.

„Słowa sprawiają, że myślimy.
Muzyka sprawia, że pojawiają się uczucia.
Piosenki sprawiają, że czujemy myśli.”

LEGENDY MUZYKI rozrywkowej

kom. +48 883 681 598
www.koncertlegend.pl



Artykuł sponsorowany

JAK ZMIENIAŁY SIĘ IMPREZY INTEGRACYJNE NA PRZESTRZENI LAT?

Czy faktycznie coś się zmieniło, czy jednak core jest ten sam, a tylko opakowanie inne? Jeżeli można byłoby określić to jednym słowem, to z pewnością byłoby to stwierdzenie, że są bardziej skomplikowane. Jednak na wstępie warto doprecyzować, że integracje mają głównie dwie formy. Pierwsza to impreza plenerowa przeznaczona dla pracowników i odbywa się w formie pikniku z udziałem rodzin lub nie. Drugi typ to integracje wyjazdowe tylko dla pracowników z różną formą aktywności.

Dywizje, zespoły i grupy projektowe – czyli pracuję z kimś, ale go nie widziałem

W czasach globalnych korporacji, jak i rozwoju techniki, bardzo często zdarza się, że zatrudnieni pracują w grupach zdalnie. Nie mają nigdy okazji poznać się osobiście. Coraz częściej implementujemy do tak dużych firm, aby dany projekt rozpoczynać od małej integracji dla całego zespołu. Firmy widzą sporą różnicę, w przepływie informacji, jak i jakości prac, właśnie po takim wspólnie spędzonym czasie. Nie zawsze jest to możliwe do zrealizowania, zwłaszcza kiedy team jest multikulturowy i są to osoby mieszkające w różnych częściach świata.

Ciekawą obserwacją podczas takich eventów jest fakt, że ich uczestnicy najwięcej czasu poświęcają na rozmowy i poznawanie się. W ciągu dnia przeprowadza się małą aktywną integrację, a na wieczorną część warto przygotować dużo kanap i siedzisk. Zdarzyły się takie imprezy, kiedy na

dobrą sprawę nie był potrzebny DJ, ponieważ przez cały wieczór na parkiecie pojawiło się kilka osób. Podobnie ma się sytuacja w przypadku firm, które organizują spotkania swoich oddziałów. Po części konferencyjnej, jest czas wolny i nie ma specjalnych oczekiwań, co do wymyślnych integracji.

Hawaje, Prohibicja i Lata 20. – tematy odchodzą w niepamięć

Jeszcze kilka lat temu nie do pomyślenia była impreza integracyjna bez tematu przewodniego i scenografii. Było to swoiste „must be” każdego eventu. Jednak firmy z czasem zauważyły, że generalnie impreza jest podobna, a zmieniają się tylko stroje uczestników i konkursy. Oczywiście, spora część imprez nadal ma jakiś motyw przewodni, ale duże przedsiębiorstwa bardziej inwestują w atrakcje i coś, co zaskoczy uczestnika.

Pracownicy nie mają już przyjemności w przebieraniu się i zawieszaniu na szyi sztucznych kwiatków. Temat przewodni, jeżeli już się pojawia, bardziej determinuje miejsce, w którym odbywa się wydarzenie. Można zaobserwować, że firmy większy nacisk kładą na nietypowość miejsca niż otoczkę scenograficzną. Dawniej podstawą i wyznacznikiem prestiżu firmy, była organizacja imprezy w znanym hotelu, a dziś im (dosłownie) dziwniejsza lokalizacja tym lepiej. Jeżeli jeszcze możemy do tego dopisać jakąś historię z przeszłości - to mamy komplet.

Kielbasa czy karczek – czyli idziemy na piknik

W przypadku dużych firm produkcyjnych, organizacja integracji, tym bardziej wyjazdowych, jest niemal niemożliwa. Jedyną formą jaka pozostaje są imprezy plenerowe, w dużej mierze na terenie firmy. Są to najczęściej imprezy dla całych rodzin. Jednym elementem, który charakteryzuje większość eventów jest opcja zwiedzania fabryki czy zakładu, w którym rodzic pracuje. Co ciekawe, jest to bardzo popularna atrakcja, z której korzystają uczestnicy. Pikniki na przestrzeni lat przeszły chyba największą metamorfozę. Mając w portfolio kilku klientów, z którymi współpracujemy od lat, widoczne są zmiany nie tylko w tzw. zawartości pikniku, jak i samym nastawieniu odbiorców. Kilka lat temu były to bardzo proste wydarze-

nia. Wystarczyło stoisko z piwem i jakieś grillowe dania. Do tego kilka dmuchańców i impreza była gotowa. Dziś zdarzają się nawet takie eventy, na których nie ma absolutnie żadnego alkoholu. Menu jest bardziej wysmakowane i jest o wiele więcej pozycji niegrillowych. Nie zapomina się również o wegetarianach itp. Niemal każda impreza ma swój temat przewodni. Klienci duży nacisk kładą na formę zabaw, konkursów i niemal na każdym wydarzeniu mają miejsce różnego rodzaju zawody sportowe dla pracowników. Fakt warty odnotowania to taki, że uczestnicy są po prostu bardziej uśmiechnięci i mają sporo satysfakcji ze wspólnie spędzonego czasu. Dawniej podstawą udziału w plenerze, było znalezienie dobrego miejsca przy ławostole lub hali i konsumpcja.

Artyści, gwiazdy i celebryci – „must not be”

Poziom i jakość eventu dawniej zależały od zaproszonego artysty w roli gwiazdy. Każda gala czy plener, musiała mieć punkt kulminacyjny, czyli występ kabaretu lub koncert. Im artysta bardziej rozpoznawalny, tym potencjał wydarzenia rósł. Eventy w pewnym momencie zalała fala celebrytów z popularnych talent show. Zdarzały się sytuacje, że wykonawca pojawił się w programie, a w kolejnym tygodniu skrzynki agencji eventowych były bombardowane ofertami od nich. Dzisiaj ewidentnie widać tendencję spadkową w udziale rozpoznawalnych osób na eventach, bez względu na charakter imprezy. Z pewnością na ten fakt ma wpływ wysokie wynagrodzenie za występ, jak i często zbyt gwiazdorskie oczekiwania. Artyści głównie młodego pokolenia, często myślą swoje miejsce w eventowej machinie. Oczekiwali, że event dostosuje się do ich występów, a nie odwrotnie. Co za tym idzie, eventowcy zaczęli odradzać takie rozwiązania i szukać innych zastępczych pomysłów. Do gry od pewnego czasu weszli różnego rodzaju celebryci, znani z tego, że są znani. Zaprasza się ich głównie w roli promotora wydarzenia w różnych kanałach social mediów. Zwłaszcza dla młodych osób większą atrakcją jest zdjęcie ze znanym youtuberem niż gwiazdą muzyki. Stawki wynagrodzenia, jakie oczekują za swoje pojawienie się lub promocję, są często astronomiczne i mogą się równać z gażą za koncert topowego zespołu wraz z riderem technicznym. Jednak, skoro jest popyt to musi też być adekwatna podaż.



Żeby życie miało smaczek...

Fundusze socjalne co roku powinny być wykorzystane na szeroko rozumianą rozrywkę dla pracowników firm. W wielu przypadkach osoby odpowiedzialne za ten dział w firmie, traktowały organizację imprezy jako dodatkowy obowiązek. Chciały mieć problem jak



najszybciej z głowy i zlecały zewnętrznie organizację wydarzenia tej samej agencji eventowej. Przez co składowe, jak i jakość imprez, często nie była powalająca, a co najważniejsze, była bardzo podobna do siebie. Co za tym idzie frekwencja mocno spadała. Prawdą jest, że najbardziej kreatywny event manager nie stworzy co roku unikalnego projektu, w którym nie powieli kilku elementów. Najgorzej wygląda to w przypadku imprez piknikowych. Po prostu eurobungee musi być na każdym wydarzeniu. Żeby nie znużyć odbiorców, firmy zaczęły stosować zabieg w postaci organizacji imprez przemienne. W jednym roku jest plener, a w kolejnym impreza zamknięta. W innych przypadkach kumulują się budżety np. z dwóch lat. Oba rozwiązania sprawdziły się doskonale. Drugie pozwala na lepszy i bardziej bogaty dobór atrakcji.

pozytywnie, z uśmiechem i do przodu

Na przestrzeni lat z pewnością zmieniły się w pierwszej kolejności oferowane atrakcje. Głównie zastosowanie nowych technologii jest mocno eksploatowane podczas eventów. Aplikacje zamiast standardowych wydruków, fotobudki 360 stopni - to tylko mały wycinek tego, co jeszcze kilka lat temu nikomu pracującemu w branży eventowej nawet się nie śniło.

Najważniejsza, zauważalna zmiana to jednak uczestnicy i ich podejście do imprezy. Bez względu na typ wydarzenia są bardziej otwarci, zrelaksowani. Widać wyraźną satysfakcję z przebywania w gronie współpracowników. Jeszcze nie tak dawno, bardzo często wiele osób traktowało event jako okazję do skorzystania bez limitu z alkoholu i tzw. odjazdu w nieznane. Dziś można powiedzieć z lekkim przymrużeniem oka, że barmani nie mają co robić przy swoich stanowiskach pracy. Dobrze przemyślane i zaplanowane eventy dają niemal 100% frekwencję, o czym nie było mowy w dawnych czasach.

Jako eventowcy śmiało stwierdzamy, że obecnie możemy rozwijać skrzydła naszej kreatywności. Praca wreszcie nie polega tylko na obdzwonieniu i poskładaniu w całość kilkunastu podwykonawców. Dziś z pewnością każda oferta wymaga od nas więcej pracy, klienci bardzo mocno wchodzą w detale i nie jest im obojętny najmniejszy szczegół. Co za tym idzie, jakość już na etapie oferty musi być odpowiednia i dostosowana również do profilu odbiorcy. Proste rozwiązania już nie dają żadnej gwarancji wygrania przetargu. Tylko doświadczenie zebrane przez lata obserwacji, dynamiki zmian w eventach, daje dużą szansę na finalny sukces.

Paweł Haberka, PowerEvents



Fot. Gala Biznesu Oriflame organizowana przez Plej od pięciu lat. Ubiegłoroczne wydarzenie odbyło się pod hasłem Symfonia sukcesu.

W GRUPIE SIŁA, CZYLI PROJEKT EVENTOWY NA MEDAL!

Przygotowanie eventu jest złożoną sprawą. Na finalny sukces wydarzenia składa się praca sztabu ludzi, ich zaangażowanie i profesjonalizm. Powinny być to osoby znające metody zarządzania projektem oraz dokumenty i procedury eventowe, a także potrafiące trafnie odczytać różnorodne potrzeby klienta.

Zarządzanie projektem eventowym

Odpowiedni dobór event managerów zaangażowanych w organizację wydarzenia to kluczowa sprawa dla powodzenia całego przedsięwzięcia. - Dobrze przygotowany event jest zrealizowany przez sprawny zespół wykonawców, w którym każdy rozumie swoją rolę. Skuteczne zarządzanie rozpoczyna się od doboru realizatorów. Muszą mieć doświadczenie, rozumieć sytuację, znać priorytety klienta. Menadżer projektu opracowuje przejrzysty zakres odpowiedzialności poszczególnych osób. Rozdziela zadania, rozpisuje terminarz ich realizacji i przygotowuje warianty B. Ważnym elementem zarządzania jest wypracowanie sprawnych kanałów komunikacji wewnątrz grupy i zespołowej ewaluacji na każdym etapie – podkreśla Grzegorz Kieniksman z agencji Rebelia Media.

Należy wziąć pod uwagę skalę wydarzenia. Ma to dalszy wpływ na liczbę managerów, którzy powinni odpowiadać za projekt. - Oczywiście powinien być zawsze jeden główny project manager, mający kompletną wiedzę o całości. Innym ważnym elementem jest czas jaki pozostał do

przysłowiowej godziny zero. Tu mając odpowiednie doświadczenie, można podjąć decyzję czy jest to wykonalne czy nie. Dotyczy to tzw. pożarów i wydarzeń mających krótki czas do realizacji. Żadna profesjonalna agencja nie podejmie się organizacji dużej gali w 2-3 tygodnie. Projekt zawsze warto podzielić na elementy, które wymagają czasu na przygotowanie i od nich powinno się zacząć. Oczywiście ważne są takie elementy jak lokalizacja, artyści itp. – dodaje Paweł Haberka, CEO PowerEvents.

Z eventowym „dream teamem” łatwiej jest wdrażać rozwiązania, sprawiające, że praca nad projektem jest bardziej efektywna. - Obecnie, w naszej agencji, wdrażamy program, który połączy wszystkie działania realizowane w ramach zarządzania projektami eventowymi, zarówno na poziomie konkretnego wydarzenia, jak i globalnie w całej firmie. Dzięki takim programom możemy koordynować realizację poszczególnych eventów; od wpłynięcia zapytania, poprzez przygotowanie oferty, kosztorysu, podpisanie umowy, stworzenie check-listy, aż do rozliczenia i wystawienia faktur. Wszystkie dane znajdują się w chmurze, z którą możemy połączyć się z dowolnego miejsca na świecie. Z poziomu osoby zarządzającej organizacją, widzę, jak wiele cennego czasu zaoszczędzimy, dzięki usystematyzowaniu i uproszczeniu procesu zarządzania projektami. To z pewnością przełoży się na wszystkie działania, które podejmujemy w ramach realizacji wydarzeń – wyjaśnia Olga Krzemińska-Zasadzka, Managing Director agencji POWER.

Sprawna komunikacja z klientem – jak „Go” wyczuć?

Wypracowanie modelu komunikacji z klientem ułatwia ustalenie celów projektów. Kluczem do sukcesu w relacjach z klientem, poza zwyczajną międzyludzką „chemią”, są przede wszystkim dwa aspekty: znajomość marki klienta oraz profesjonalizm i eksperckość agencji. - Wiedza na temat marki klienta, w tym także jej otoczenia rynkowego i tego, co w obszarze eventów robi jego konkurencja, to absolutna podstawa, bez której profesjonalni eventowcy nie rozpoczynają nawet rozmów z kontrahentem. Kontakt zaczynamy

od solidnego researchu dotyczącego branży i marki klienta oraz tego, jakie elementy event marketingu wykorzystuje zarówno on, jak i jego konkurenci w kraju i za granicą. Na tym opieramy swoją wiarygodność i profesjonalizm. Komunikacja na linii agencja-klient powinna być dwustronna, partnerska i oparta na wzajemnym zaufaniu. Oznacza to, że nie upieramy się za wszelką cenę na wdrażanie naszych propozycji, ale też nie potakujemy ślepo klientowi, kiedy widzimy potencjalne zagrożenia, nawet jeśli wymaga to od nas asertywności. Kiedy klient mówi nam, że nie jest przekonany do naszej rekomendacji, ale jest gotów ją zrealizować, ponieważ nam ufa – to najlepszy miernik naszego profesjonalizmu. A kiedy po takiej realizacji dziękuje nam, że przekonaliśmy go do propozycji, w którą początkowo nie wierzył, to największa satysfakcja i wskaźnik już naprawdę dobrej relacji – wyjaśnia Anna Ufnal, event production director w agencji Plej.

Otwartość na potrzeby klienta to również podążanie za jego potrzebami. Jedynym sposobem na ich poznanie jest kontakt, dzięki któremu skorygujemy nasze działanie zgodnie z jego sugestiami. – W komunikacji z klientem kluczową rzeczą jest rozmawianie, omawianie i domawianie. Ważne słuchanie prowadzi do rozumienia intencji, a to jest podstawą dalszej pracy nad koncepcją i organizacją wydarzenia. Dlaczego robimy ten event - to jest podstawowe zagadnienie. Od tego wychodzą wszystkie pozostałe pytania. Wycucie klienta to przede wszystkim wycucie jego intencji i potrzeb. Zamawiający zawsze wie, dlaczego urządza wydarzenie i co jest celem eventu. A dobry eventowiec wie, co zrobić, by ten cel osiągnąć – dopowiada Grzegorz Kieniksman.

Kompleksowość eventu i koncepcja kreatywna

Obecnie obserwujemy tendencję kompleksowej obsługi wydarzenia, począwszy od jego komunikacji, poprzez koncepcję, realizację na wszystkich poziomach, a skończywszy na profesjonalnej dokumentacji z pomysłem na jej upowszechnienie. Tym wyzwaniem muszą stawić czoła agencje eventowe. – Rolą agencji we współpracy z klientem jest jak największe odciążenie klienta w zakresie prac związanych z planowaniem, logistyką i realizacją wydarzenia. W zakres tych działań wchodzi stworzenie koncepcji kreatywnej, projektów, harmonogramów i założeń, a także produkcja. Naszym zadaniem jest dbanie o bezpieczeństwo, jakość wydarzenia, a także profesjonalizm podwykonawców, z którymi współpracujemy. Zadania, które spoczywają po stronie klienta, to przygotowanie briefu, podpisanie umowy, stworzenie listy gości, wysłanie materiałów marketingowych, a także podejmowanie kluczowych decyzji, zarówno przed, jak i w trakcie eventu. Zdarza się, że klient sam zajmuje się rezerwowaniem hotelu dla swoich gości, z naszej perspektywy, nie jest to najbardziej efektywne rozwiązanie, dużo lepiej jeśli całość kwestii organizacyjnych spoczywa na agencji, wtedy mamy większe możliwości organizacyjne i negocjacyjne – podkreśla Olga Krzemińska-Zasadzka.

Bez dobrej koncepcji kreatywnej, nie ma szans na stworzenie ciekawego eventu. Tutaj scenariusz jest ciągle królem! Jest warunkiem wygrania przetargu, konkursu ofert, czy choćby zwykłej prezentacji u klienta. Nie chodzi jednak o to, by agencje traciły czas na przygotowanie dziesiątków ofert, które finalnie nie zostaną przejrane przez klienta, bo zwyczajnie zabraknie mu na to czasu. W celu uniknięcia poczucia straconego czasu i środków, podpisano „Dobry przetarg” porozumienie klientów z agencjami, regulujące dobre praktyki w tym zakresie (www.dobryprzetarg.com.pl). - Ustalono, że na pierwszym etapie do przetargu zapraszanych jest maksymalnie 5 agencji. Na

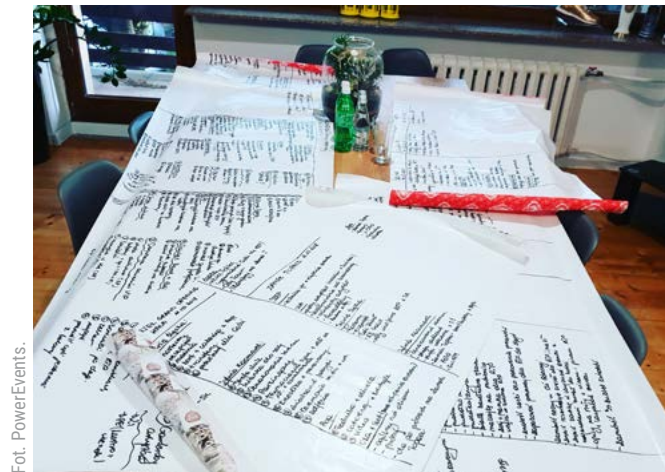
tym etapie nie tworzymy koncepcji kreatywnej, nie generujemy kosztów. Dopiero, kiedy w przetargu pozostaje do trzech agencji, pogłębiając naszą ofertę i dodajemy koncepcję kreatywną. Scenariusz jest niezwykle ważny, zachęcamy jednak klientów, do zadania sobie pytań: „czego potrzebuje nasza organizacja?”, „co jest dla nas ważne?” „jaki mamy potrzeby?”. Dzięki temu łatwiej jest nam sprostać oczekiwaniom i wykreować coś specjalnego – akcentuje przedstawicielka agencji POWER.

Sposób na udaną współpracę z podwykonawcami

Jeśli już został wybrany scenariusz, z nieodzownym elementem zaskoczenia, czyli tak pożądanym efektem „WOW”, kolejnym punktem jest wyszukanie podwykonawców na odpowiednim poziomie. - Każda agencja istniejąca na rynku kilka lat, ma już wypracowaną swoją własną bazę podwykonawców, z którymi współpracuje. Inną oznaką gwarantującą udaną współpracę są jasno sprecyzowane oczekiwania i płatności za usługę - zawsze w terminie. Najważniejsze to zbudować relację, opierającą się na poczuciu, że jesteśmy po tej samej stronie barykady. Od naszej współpracy i szacunku, zależy jak przebiegną prace i samo wydarzenie – podkreśla Paweł Haberka. Jak zauważa Grzegorz Kieniksman, udana współpraca z podwykonawcami to niematerialny kapitał firmy eventowej. - Wypracowana przez wiele lat wspólnych działań, chwile dramatów, nieoczekiwanych zwrotów akcji, przysłowiowych worków soli razem zjedzonych. To kapitał oparty na wiedzy, komu można ufać, kto dźwignie z nami ciężar zbyt późno wystosowanego zamówienia czy nieoczekiwanej



Fot. Agencja POWER



Fot. PowerEvents.

zmiany zapotrzebowania klienta. Wiemy, że na takich podwykonawcach nie warto oszczędzać, bo usługa na wysokim poziomie zasługuje na dobrą gratyfikację – podsumowuje przedstawiciel Rebelia Media.

Jak skutecznie mierzyć efektywność eventu?

Jeszcze do niedawna, poza frekwencją na wydarzeniu, nie stosowano narzędzi pozwalających na bardziej szczegółowe analizy. Obecnie pojawiają się coraz to nowsze możliwości, których dostarczają social media. - Wzmianki o evencie, zainteresowanie wydarzeniem na FB, liczba wejść na profil czy stronę marki, liczba wyświetleń filmu promującego event na YT czy jakość komentarzy dotyczących eventu - to tylko niektóre ze świetnych i, co najważniejsze, bezpłatnych narzędzi pomiaru efektywności. W przypadku wydarzeń, na których swoje strefy czy stanowiska ma wiele marek, takich jak targi czy festiwale, organizatorzy często prowadzą przekrojowe badania porównawcze, jakie marki i atrakcje zapadły w pamięć uczestnikom – z nich także chętnie korzystamy. W naszym rozumieniu event to narzędzie realizacji celów biznesowych firmy, dlatego skuteczne mierzenie efektywności eventu jest ściśle uzależnione od tego, jaki jest jego cel i charakter oczekiwania klienta. Precyzyjne określenie, czego zleceniodawca oczekuje po evencie i jakie są jego KPI (od red. Kluczowe Wskaźniki Efektywności), to podstawa nie tylko udanego eventu, ale także dobrej relacji z klientem – mówi Anna Ufnal.

Jak zaznacza Grzegorz Kieniksman, sprawna firma eventowa posiada wypracowane już wcześniej wewnętrzne formuły ewaluacji wydarzeń. – Opierają się one na stałym audycie każdego projektu, pozwalającym ocenić, czy działania i ich rezultaty są zgodne z przyjętymi przez agencję standardami. Po każdej realizacji zespół analizuje przebieg wydarzenia, zwracając szczególną uwagę na wpadki. Zewnętrzny pomiar efektywności eventu opiera się na ocenie zamawiającego. Satisfakcja klienta, przyjęta bez zastrzeżeń faktura i kolejne zgłoszenie się po ofertę – oto najprostsze mierniki efektywności eventu.

Budżetowa sinusoida

Trudno generalnie o jednoznaczną odpowiedź na pytanie – czy budżety firm na eventy rosną albo spadają? To zależy od firmy, jej możliwości finansowych i aktualnych potrzeb w tym zakresie. Olga Krzemińska-Zasadzka nie zauważa ogólnej tendencji rynku w żadnym kierunku. – Obserwuję, że firmy weryfikują swoje założenia, jeśli chodzi o organizację wydarzeń, ale niekoniecznie w kontekście budżetu, np. do tej pory firma organizowała jedno duże spotkanie pracowników, a teraz planuje przygotować kilka mniejszych lub odwrotnie teraz przygotowujemy jedno centralne wydarzenie, ponieważ firma weszła

w etap, kiedy jest to kluczowe dla jej strategii i rozwoju. Obecnie budżety na eventy są łączone, przesuwane lub dzielone, w zależności od grupy docelowej: pracownicy lub klienci. Rynek spotkań ewoluuje, zmienia się zapotrzebowanie i specyfika wydarzeń, które organizujemy. Cieszy to, że klienci dostrzegają jak ważne są eventy i wyjazdy motywacyjne. Rozwijają się również obszary event marketingu i marketingu doświadczeń. Klienci są coraz bardziej świadomi swoich potrzeb i możliwości, a co za tym idzie rozsądniej zarządzają budżetami przeznaczonymi na te obszary – reasumuje przedstawicielka agencji POWER. Zdaniem Pawła Haberki, w najbliższych latach budżety na imprezy firmowe będą rosnąć. – Został wreszcie dostrzeżony potencjał w eventach. O ile firmy nie oszczędziły środków na wszelkie eventy promocyjne i reklamowe, to na wydarzenia dla pracowników bywało różnie. Od niedawna, zdarzają się rozmowy, gdzie klient nie rozmawia o budżecie tylko o pomysły i kreacji. Są to jeszcze pojedyncze sytuacje, mające miejsce w dużych firmach, ale są z pewnością oznaką idących zmian – komentuje CEO agencji PowerEvents.

Produkcja eventu to przede wszystkim doświadczenie i rutyna, ale nie może zabraknąć elementu twórczego wyzwania, czyli kreatywności. Bardzo ważna jest prosta i konkretna komunikacja z klientem oraz podwykonawcami, a także ustalenie dokładnych założeń, zasad współdziałania, a także szczegółowych terminów. Wtedy cały proces planowania, organizacji i zarządzania projektem eventowym – przebiegnie sprawnie. W trakcie samego wydarzenia trzeba wziąć pod uwagę niezaplanowane zmiany czy trudności, ale to już specyfika branży i „chleb powszedni” eventowców, traktowany przez nich jako nieuchronna część składowa przemysłu spotkań.

Jaga Kolawa



Fot. PowerEvents.



MAZURKAS

Transport



3xM.
Myślisz. Mówisz. Masz.

Myślisz: Transport.
Mówisz: Mazurkas.
Masz: Bezstresowy i komfortowy przewóz.

Mazurkas Travel Transport.

- Na rynku od 1992 roku. Rozpoznawalne logo. Doświadczenie i renoma.
- Warszawa, Polska, Europa: bliskie i dalekie transfery, wyjazdy biznesowe i turystyczne.
- Nowoczesna flota bezpiecznych i komfortowych:
 - Autokarów
 - Minibusów
 - Vanów
 - Limuzyn.
- Profesjonalni, doświadczeni i uprzejmi kierowcy.
- Punktualne, bezstresowe przewozy w konkurencyjnych cenach.

transport@mazurkas.com.pl

www.transport.mazurkas.pl



W JAKI SPOSÓB WYKORZYSTAĆ OPTYMALNIE EVENT MARKETING, BY ZWIĘKSZYĆ LICZBĘ ODWIEDZAJĄCYCH NAS NA TARGACH KLIENTÓW?

Kiedyś życie było prostsze. Kupowało się stoisko na targach i sprawa załatwiona. Wraz z rosnącą konkurencją, mnogością produktów i usług, information overload - samo czynne uczestnictwo w targach nie wystarczy. Nie załatwi też sprawy wyłącznie ciekawy design naszego stanowiska targowego.

Robert Sosnowski



Jeśli mamy atrakcyjne stoisko i atrakcyjne produkty (na przykład roboty, VR, AR) lub, gdy jesteśmy pożądaną marką z premierami, to jeszcze jakoś sobie poradzimy, ale jeśli nasze produkty same z siebie nie wzbudzają zachwytów uczestników (pamiętajmy o obecnej na targach, zwykle licznej konkurencji), to warto sięgnąć po dodatkowe narzędzia i kanały, które spowodują zwiększenie zainteresowania naszym stoiskiem wśród uczestników. Należą do nich m.in. social media marketing i event marketing. Dziś skupimy się na tym, jak wykorzystać event marketing w promocji targowego stanowiska, choć często będziemy sięgać do podstawowych narzędzi digital w celu wzmocnienia efektu działań.

Pierwsze rozwiązania, które przychodzą nam na myśl to typowe działania BTL: ubieranie koszulek, rozdawanie ulotek, gadżetów, przyciągnięcie uwagi atrakcyjnymi modelkami, konkursy czy standy do selfie, itp. Tylko, że to robią dziś prawie wszyscy. Kto z nas nie wyszedł z targów z torbą pełną ulotek, folderów, wizytówek, które po jakimś czasie wyrzucił nietknięte podczas porządkowania biurka?

Musimy sobie uświadomić, że żyjemy w erze Instagrama i social mediów. To przenosi się na odbiór rzeczywistości przez konsumentów. Interesują ich intensywne, widowiskowe, atrakcyjne wizualnie przeżycia... ale krótkie. Bo pędzą przeżywać kolejne „ahy” i „ohy” gdzie indziej. Aby zdobyć uwagę odbiorcy i pokazać swój produkt czy usługę mamy mało czasu. Co jeszcze wiemy o współczesnym konsumentach? Że jego zainteresowania i zachwyty szybko przemijają, w mnogości komunikacji digitalowej zapomina nawet o rzeczach, które wydały mu się atrakcyjne i istotne. I jeszcze jedno. Konsument, w tym uczestnicy targów, lubią tworzyć atrakcyjny kontent do własnych kanałów social media oraz kanałów firmowych. To zagrożenia i szanse dla marketerów. Relację z konsumentem należałoby podzielić na 4 fazy: zainteresowanie odwiedzającego przed targami, zainteresowanie na targach, zebranie leadów, konwertowanie leadów na współpracę oraz komunikacją potargową. Jeśli osiągniemy sukces w każdej z tych faz, to możemy uznać targi za udane.

Zanim zaczniemy planować naszą strategię targową, warto uświadomić sobie kim są nasze grupy odbiorców i dobrać do nich odpowiednie narzędzia. Są to przede wszystkim potencjalni partnerzy-klienci obecni na targach. Ale nie tylko. Również partnerzy-klienci nie odwiedzający targów, dziennikarze branżowi uczestniczący w targach i nie uczestniczący, nasi pracownicy, którzy w targach wprawdzie nie biorą udziału, ale zapewne cieszą się, że pracują w firmie, która aktywnie i ciekawie troszczy się o swoją sprzedaż biorąc udział w udanej imprezie (employer branding) oraz konkurencji biorący i nie biorący udziału w targach i ostatecznie konsumenci (w niektórych przypadkach), którzy głębiej interesują się daną marką (najczęściej kontakt z nimi odbywa się za pomocą kanałów social media).

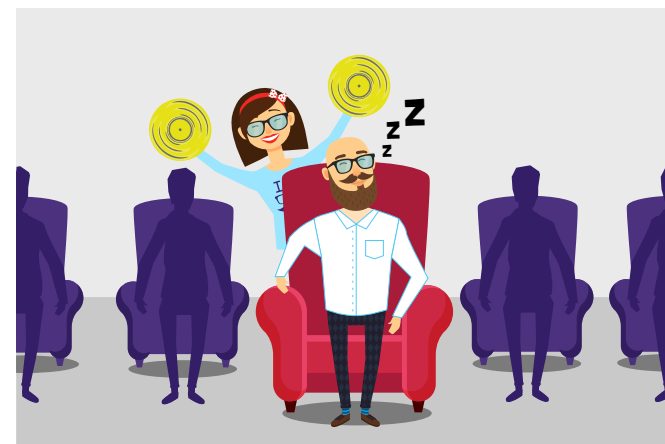
Jak wykorzystać event marketing w fazie przedtargowej?

Nasi potencjalni odwiedzający są rozproszeni, często w wielu krajach. W tej sytuacji, bez mixu reklamy digitalowej i event marketingu się nie obędzie. Planując udział w targach uczestnicy korzystają z Internetu,

odwiedzają stronę targów, oficjalne wydarzenie na Facebooku, kanały social mediowe. Oczywiście powinniśmy w tej fazie korzystać intensywnie z social media marketingu, żeby wpisać się w ważny punkt programu uczestników. W wielu wypadkach targi są ogromne i część uczestników nie dotrze na wszystkie stoiska. Naszym zadaniem jest wpisanie się w ich plan targowy. Możemy w tej fazie poszukać pomysłów eventowych, które w połączeniu z social media marketingiem będą miały funkcję promującą obecność naszej marki na targach. Jeśli wpadnie nam na atrakcyjny pomysł, możemy utworzyć własne wydarzenie na FB i promować je adsami oraz komunikować to w kanałach organizatora targów (na przykład na stronie oficjalnego wydarzenia na Facebooku). Możemy urządzić webinar, nakręcić krótkie materiały video z przygotowania do targów. Dziś konsumenci poszukują autentyczności. Relacja z wyzwań i problemów, porażek i sukcesów podczas przygotowań do targów – to zbliża konsumentów do marek (również partnerów w B2B). Żyjemy w czasach, w których jesteśmy twórcami i tworzymy w stopniu większym niż kiedyś. W tej fazie projektu dobrze jest pokazać markę w postaci konkretnych ludzi, którzy będą na targach – pracowników marki. Wszyscy szukamy kontaktu z osobami otwartymi, chętnymi, zaangażowanymi. Marka prezentująca się w ten sposób ma większe szanse na przyciągnięcie potencjalnych partnerów, niż ta komunikująca się wyłącznie brandingowo, produktowo, logotypowo.

Jak wykorzystać event marketing w fazie targowej?

Wyobraźmy sobie, że wpadamy na pomysł uatrakcyjnienia naszych targów fotelami do masażu. Ludzie zwiedzający stoiska potrzebują regeneracji, odpoczynku, ich nogi często cierpią na skutek długotrwałego chodzenia. Wielu doskwierają schorzenia odcinka lędźwiowego kręgosłupa. Oczywiście nie obędzie się bez odpowiedniej obietnicy graficznej głębokiego relaksu – którą powinniśmy połączyć z naszą marką i produktem w sposób rozsądny, atrakcyjny i przekonujący. Usadzamy uczestników na fotelach do masażu. W tym czasie oglądają i słuchają prezentacji naszej firmy. Założmy, że nasz produkt jest drogi i specjalistyczny, wymaga odrobiny skupienia od odbiorcy. W tej sytuacji fotele do masażu odcinające uczestników od zgłębku wydają się dobrym pomysłem. Jeśli będą wyglądały szczególnie, to jest szansa, że wielu naszych uczestników zrobi sobie zdjęcie i opublikuje je we własnym kanale social. Jeśli podsunie do tego atrakcyjny konkurs selfie, to mamy crowdsourcingową reklamę naszego stoiska w social mediach i w efekcie jeszcze więcej klientów na stoisku. Wszak uczestnik konkursu i tak planował zrobić sobie zdjęcie. To, co musi zrobić, żeby zyskać szansę na nagrodę, to oznaczyć zdjęcie hashtagiem targowym oraz naszej marki i numerem stoiska. Czy powinniśmy o tej akcji eventowej na stoisku wcześniej poinformować w fazie przedtargowej? Z pewnością! Możemy zilustrować przygotowania do tych działań w naszych kanałach społecznościowych.



Jak wykorzystać event marketing do zbierania leadów i udanej konwersji?

Jeśli zdamy się na entuzjazm i pamięć uczestników eventu, to wiele biznesu z targów nie wyniesiemy. Ludzie są zbyt zajęci i rozproszeni. Jak pozyskać dane kontaktowe do uczestników w dobie RODO (GDPR) i ogólnej niechęci konsumentów do dzielenia się danymi? Warto uprościć ten proces do minimum. Może właściwym rozwiązaniem będzie „ściągnięcie” wizytówki przez odpowiednią aplikację i komunikacja faktu, że oszczędzamy papier? Gdy połączymy to z dodatkowym konkursem czy loterią, może okazać się to rozwiązaniem prostym, a skutecznym. Innym sposobem jest zrobienie sobie wspólnie z naszym uczestnikiem zdjęcia, które wraz z ofertą wyślemy na podane dane już po targach, (jak w tej sytuacji nie podać do siebie namiarów?).

Jak wykorzystać event marketing po targach?

Potargowy e-mail ze wspólnym zdjęciem może być wstępem do pogłębionej relacji biznesowej czy nawet osobistej. Będzie miał przewagę nad typowymi komunikatami produktowo-brandowymi wysyłanymi przez marki po targach. Powinniśmy też wykorzystać targi do realizacji innych naszych celów. Pokazać jak one wyglądały pracownikom, stworzyć relacje z targów w zaprzyjanych mediach branżowych oraz we własnych kanałach social media, by dotrzeć do fanów i zaprezentować im aktywność marki oraz zaimponować konkurentom. W tych celach powinniśmy zadbać o jakościowe materiały foto i video. Jeśli starcza nam umiejętności kreatywnych i organizacyjnych, powinniśmy realizować publikacje live podczas targów w kanałach społecznościowych marki i przedłużać event marketing digitaliem, ile się da.

Jeśli chcemy wzmocnić nasz pomysł z fotelami (lub każdy inny), to do współpracy możemy zaprosić influencera. Z pomocą platform takich jak Reach a Blogger, w krótkim czasie można znaleźć odpowiedniego blogera, który gotów jest na określonych warunkach cenowych, wesprze nasze działania promocyjne i wzięć udział w wydarzeniu. Nawet branże specjalistyczne mają szansę na znalezienie influencerów za pomocą tej platformy. Jeśli w każdej z faz zaangażujemy branżowo rozpoznawalnego blogera do współpracy, to efektywność naszych działań w każdej fazie się zwiększy.

Opisany pomysł z fotelami do relaksu jest tylko przykładem. Można relaksować uczestników warsztatami jogi czy Tai-Chi lub wprost przeciwnie postawić na aktywizację za pomocą szerokiej palety innych pomysłów. Sztuką jest, w oparciu o świadomość grup docelowych i celów marki, projektować spójne działania eventowe i umiejętnie przedłużać je w digitalu, w miarę możliwości angażując uczestników i uruchamiając crowdsourcing. Nieodzowne jest wykorzystanie pracowników firmy jako współautorów tego przedsięwzięcia, a i influencerzy z pewnością podbiją zasięgi i będą działać jak dodatkowe magnesy na stoisku.

Robert Sosnowski, CVO w agencji Biuro Podróży Reklamy



Artykuł sponsorowany

DLACZEGO KOCHAM ORGANIZOWAĆ EVENTY I CZEMU „DROGA JEST WAŻNIEJSZA NIŻ CEL”?

Wiesz, choć od 11 lat prowadzę agencję eventową, to nie czuję się event managerem. Raczej mówię o sobie, że jestem artystą. Często zaczynam tym pierwsze spotkanie z nowym klientem, aby podkreślić kim jestem, a kim nie. Ten nierzadko wywraca oczami i nie wie, co powiedzieć. Jakiś kretyn – pewnie myślą niektórzy. Artysta od eventów? W dodatku Niszczyciel Konwencji. Też coś!

Moja misja organizacji eventów

Wiesz, bo ja mam misję. Jestem po to, aby moi klienci poczuli się radośni i spokojni. Razem kroczyliśmy drogą pełną kolorów, smaków i dźwięków. Wystarczy chwycić mnie za rękę i poddać się emocjom. Podoba Ci się takie podejście i widzisz w tym wartość dla siebie? Bo wiesz, inni wolą raczej organizować złożone przetargi, wysysając ze mnie to co najlepsze. W ten sposób odhumanizowują mnie i sprowadzają do roli sprzedawcy kopiarek. Te też kiedyś sprzedawałem, ale przestałem to robić, bo nie sprawiało mi to radości.

„A gdyby tak po drugiej stronie...” był ojciec, który jest na wakacjach z dziećmi? Wiesz, ja nie prowadzę dużej agencji. Stereomatic, to w sumie bardzo mała firma, choć robimy bardzo złożone wydarzenia. Ty masz etat, stałą

pensję i pracę od - do. U mnie jest „trochę” inaczej. Ale cieszę się, bo to mój styl życia. Po 11 latach nie zamieniłbym tego na nic innego. Dobrze przygotowana oferta, to tydzień pracy. Tak minimum, a z reguły więcej. Wysyłasz briefa i zapominasz, a ktoś po drugiej stronie myśli, że dajesz mu szansę.

„A gdyby tak po drugiej stronie...” była samotna matka, która wychowuje trójkę dzieci. Ofertę dla Ciebie pisze po nocach. Liczy na Twoje zapytanie, a Ty nawet nie odpowiesz, że dziękujesz. A dziękujesz?

„A gdyby po drugiej stronie...” było małżeństwo ze złodziejskim kredytem we frankach. Mają dwójkę dzieci, kochają to co robią, ale z uwagi na brak ciągłości zleceń mają długi i liczą na Twoje zapytanie. A Ty nawet nie napiszesz, że tydzień temu wybrałeś inną ofertę. Telefonów też nie odbierasz, bo jesteś przecież ważnym dyrektorem marketingu i jesteś bardzo zajęty. A odbierasz?

„A gdyby tak po drugiej stronie...” był ojciec samotnie wychowujący dzieci, którym dwa lata temu na raka zmarła matka. Jest z nimi



na skromnych wakacjach. Jednak zamiast się z nimi bawić, odpala im bajkę na tablecie albo wpuszcza do sali zabaw, żeby usiąść nad Twoim zapytaniem. A Ty od trzech lat współpracujesz z tą samą agencją i nawet nie pamiętasz, że wysłałeś do niego zapytanie, bo ofertę potrzebujesz „na podkładkę”. A pamiętasz?

Wysyłając zapytanie do agencji - „(...) bądź sobą. Chyba że jesteś chamelem. Wtedy bądź kimś innym.”

Po co Ci te 10 ofert? Bo szef Ci kazał? Naprawdę masz czas je wszystkie analizować? Masz już wybraną agencję, ale potrzebujesz upewnić się, że inne są gorsze? To powiedz to firmie, którą prosisz o ofertę. Bądź z nią szczerzy i uczciwy, a nie rób złudnej nadziei.

Tak naprawdę nie robisz konferencji, a jedynie rozpoznajesz rynek? Chcesz wiedzieć, ile coś będzie kosztować? To powiedz to agencji, z którą rozmawiasz. Ona Ci chętnie powie o jakich kosztach musisz myśleć. Nie bądź chamelem, nie zabieraj jej czasu, który może przeznaczyć na „prawdziwe” zapytania. Z góry dziękuję! Wiesz, bo ja nie mam czasu porównywać 10 firm od techniki lub od cateringu. Ofertę biorę od maksymalnie dwóch, ale za to wcześniej porządnie zweryfikowanych. Zanim wyślę zapytanie, (a wysyłam ich naprawdę dużo), to myślę o czasie tej drugiej strony. Uważam, że tak jest uczciwie.

Kim jest mój wymarzony klient?

Wiesz, ja bardzo lubię pracować z fajnymi ludźmi. Przed nowym spotkaniem jestem bardziej podekscytowany, niż mój dziesięciokilogramowy kot na widok miski z chrupkami. Bo moim zdaniem droga i proces twórczy, jaki przechodzę razem z klientem, są ważniejsze niż cel. Event sam w sobie, jest zwieńczeniem współpracy. Im ta będzie lepsza, im więcej będzie w niej radości i spokoju, tym lepszy event uda się razem stworzyć. Oczywiście, że cieszę się, kiedy widzę moje dzieło (w końcu jestem artystą!), ale najbardziej rajcuje mnie sam początek. Moment, kiedy przychodzę na pierwsze spotkanie i...

Czym według mnie jest „chemia” we współpracy z klientem?

Wiesz, ja szybko poznaję, czy z Tobą będzie się dobrze pracować. Być może dlatego, że odbyłem w swoim życiu tysiące spotkań i prezentacji. Tak jak dwóch zawodowych muzyków siada koło siebie i grając tworzą harmonijny czysty dźwięk, tak samo w biznesie, między ludźmi, tworzy się harmonia myśli, które są wyrażane przez słowa i gesty.

Nie wszyscy muzycy mogą jednak ze sobą grać. Niektórzy nie potrafią się do siebie dopasować. Grają zbyt szybko, zbyt wolno albo w innej tonacji. Nie wszystko pasuje do wszystkiego. Nie wszystko jest dla wszystkich.

Zaproś mnie na biznesową randkę!

Wiesz, ja dawno zaakceptowałem fakt, że nie mogę pracować dla każdego, a także, że nie każdy zrozumie i poczuje mój specyficzny „flow”. Nie każdy lubi przecież Dawida Podsiadło, Bacha, Radiohead czy Sławomira. Nie każdy musi przecież lubić mnie. Dlatego zanim Ci coś zaoferuję, to chciałbym najpierw z Tobą porozmawiać. Sprawdzić, czy jest harmonia czy też może jej w ogóle nie ma.

To działa też w drugą stronę. Jeśli szukasz kreatywnej agencji, która zrobi Ci zajefajny event, to po jakiego grzyba wysyłasz e-mail pt. „Dzień dobry, wysyłam zapytanie. Czekam na ofertę do końca tygodnia”, a jest wtorek... A do tego wszystkiego doklejasz smutnego i pozbawionego wyrazu briefa i potem dziwisz się, że dostajesz nijakie oferty, w stylu „kopiuj/ wklej”. A nie lepiej jest najpierw zadzwonić, pogadać i umówić się na kawę? Zrobić z tego „biznesową randkę” (bez podtekstów proszę :). Oszczędzić sobie nawzajem czasu?

Co Ci mogę zaoferować? Coś naprawdę cennego!

Wiesz, jaki jest mój największy sukces w organizacji eventów? Kiedy właściciel mega dużej firmy, która zostawiła u nas grubo ponad milion złotych,



wstał i przy wszystkich, z imienia i nazwiska podziękował dyrektorowi marketingu, za zrealizowany event. „Dobra robota!” – powiedział. Zawodowo nigdy bardziej się nie ucieszyłem!

Wiesz, bo ja nie pracuję dla swojej chwały. Ja pracuję dla zadowolenia i satysfakcji moich klientów. Ich radość, jest moją radością. Ich spokój, jest moim spokojem. Jeśli robię to szczerze i z serca, (a tak właśnie chcę robić), to pieniądze przyjdą same. Wierzę, że tak jest.

Wiesz, bo dla mnie organizacja eventu, jest jak pasjonująca podróż w nieznane. Jak wyprawa na niezbadany szczyt. Jak łapanie stopa na autostradzie w Niemczech, aby dostać się nad Atlantyk w Portugalii. Jak przejazd camperem przez Toskanię. Jak eksploracja nieznannej jaskini. Nigdy nie wiesz, co spotka Cię za zakrętem. Ale warto wybrać się w podróż z kimś, kto myśli i czuje tak jak Ty. Bo droga jest ważniejsza niż cel!

Wiesz, bo ja naprawdę kocham organizować eventy! Wsiadaj, jedziemy!

Damian Haftkiewicz, Niszczyciel Konwencji i współwłaściciel wrocławskiej agencji Stereomatic. Reżyser i producent eventów, autor bloga Haftkiewicz.com

P.S. Fragmenty w cudzysłowach zaczerpnąłem ze świetnej skądinąd reklamy OLX, a „Droga ważniejsza niż cel. Wartości w życiu i w biznesie” to tytuł znakomitej książki Sławomira Lachowskiego, którą zresztą bardzo polecam.





CODZIENNY FESTIWAL POMYSŁÓW

Od lat działam w eventach, promocji i produkcji filmowej. Z biegiem lat zauważyłem, że funkcjonuję jako pogotowie pomysłów, otwarte dwadzieścia cztery godziny na dobę dla klientów, znajomych i przyjaciół. To ustawia mnie na tor, w którym życie zawodowe i życie prywatne stają się jednością. Odbieram to jako wielką satysfakcję - miło być autorytetem - bo praca jest moim życiem, a moje życie jest pracą. A oto kilka przykładów mojego codziennego festiwalu pomysłów.

Uciekający poranny jogging

Lubię wstać rano na jogging. Godzina ósma, biegnę po Lesie Kabackim, w uszach słuchawki, a w nich muzyka motywująca i nadająca rytm. Nagle - pauza - w mój ulubiony szybki kawalek wdiera się sygnał telefonu. Patrzę, kto dzwoni. Klient. Ósma rano? Zapewne w drodze do pracy wykorzystuje każdą minutę na popchnięcie projektów do przodu. Odebrać - nie odebrać - odbieram. Rzeczywiście słyszę głos z samochodu. „Wiem, że godzina jest wczesna, ale mam takie szybkie pytanie o pomysł na integrację, tylko niesztampowy. Miejsce mamy, termin mamy, chodzi tylko o pomysł, więcej nic. Tylko wiesz, coś nowego, świeżego. Jakby się udało, to najchętniej do jedenastej, bo będę mógł już coś powiedzieć na zebraniu”. Zatrzymuję się, rozmawiamy. Miła poranna wymiana informacji, burza mózgów. Zwracam, wracam, szykuję się do pracy. Aby „prosty, niesztampowy” pomysł wpłynął przed jedenastą, muszę darować sobie jogging i wszystkie poranne rytuały.

Dygresja bierze górę

Jesteśmy u klienta. Przedstawiamy koncepcję eventu. Rozmawiamy o jego szczegółach, zagrożeniach, wariantach B. I nagle z rozmowy, typowo dygresyjnie, wyrusza się wątek realizacji filmu dokumentalnego. Pada zupełnie poboczne pytanie, jak sobie ten film wyobrażamy, jaką komunikację do niego można by wypuścić.

Nieoczekiwanie i całkiem naturalnie temat filmu i jego kolportażu staje się głównym tematem spotkania. Włączamy głowy w zupełnie nieoczekiwanym kierunku. Nie przygotowaliśmy się do tego. Bazujemy na naszej wiedzy i doświadczeniu. W czasie rzeczywistym powstają pomysły, wizje i koncepcje. Takie zwroty akcji na spotkaniach z klientem są w tej chwili normą. Agencje eventowe nie mogą pozostać tylko eventowe, jeśli chcą utrzymać klienta. Coraz częściej oczekuje się kompleksowej obsługi, od koncepcji, poprzez realizację, komunikację i dokumentację.

Rabinacka rola eventowca

Mam znajomych i przyjaciół w rozmaitych branżach i na różnorodnych stanowiskach. Także relacje z klientami często przybierają nieformalną, wręcz kumpelską formułę, która otwiera drogę do bardzo luźnych kontaktów, a także do nieformalnego poradnictwa w najróżniejszych dziedzinach. Wielka część mojego dnia upływa na rozmowach telefonicznych, które zaczynają się od słów: „Zajmujesz się imprezami, co mi poradzisz w kwestii...”. W tym miejscu pojawiają się najróżniejsze pytania i potrzeby. Ciekawe miejsce, w Warszawie, w Polsce, w Europie, na imprezę firmową, pokaz mody, sesję fotograficzną, wesele, urodziny... Dobra ekipa cateringowa, filmowa, nagłośnieniowa... Animacje dla dzieci, dorosłych, albo dla dorosłych, którzy widzieli już wszystko... Coś nietypowego w Warszawie, Łodzi etc..., coś efektownego, czego nikt nie zna..., coś efektownego i niedrogiego..., coś specjalnego, ale na zasadzie barteru...

Moja głowa jest jak wielki nośnik danych, nieustannie przetwarzanych, zestawianych, łączonych przez nowe linie. Umiem przełożyć każdy atut w walutę wymiany. Zestawiam nietypowo i odważnie, dlatego zapewne przyjaciele, znajomi i klienci dzwonią, kiedy stają na koncepcyjnym rozdrożu.

Zabawa i praca

Kiedy wychodzę do teatru, na wernisaż czy spotkanie autorskie nie umiem ocenić, na ile rozrywka ta jest przyjemnością i formą spędzenia wolnego czasu, a na ile częścią mojego życia zawodowego. Właściwie wszystko, co mi się zdarza, traktuję jako paliwo do nieustannego festiwalu pomysłów i inspiracji. Przetwarzam koncepcyjnie wszystko, co wpada mi z oglądania, słuchania, czytania, rozmawiania. Myślę, że jest to wielkie szczęście, gdy życie i praca stanowią spójną esencję istnienia w świecie.

Nie tańczę!

Przyjaciółka zadzwoniła z pytaniem, jaki zaproponowałbym inauguracyjny taniec na weselu. Nie wiem, nie tańczę, nie lubię tańczyć, nie praktykuję. Na eventach znam się lepiej niż na tańcu. Więc skontaktowałem przyjaciółkę z kimś, kto się na tym zna.

Grzegorz Kieniksman, Rebelia Media



To nie wiek decyduje o mądrości czy dojrzałości, tylko doświadczenie.

EVENTY ROBIMY LEPIEJ NIŻ TAŃCZYMY



R

Sukces klienta jest naszym sukcesem!

Diury w budżecie łatamy pomysłami!

REBELIA MEDIA GROUP
REBELIAMEDIA.PL
BIURO@REBELIAMEDIA.PL



REBELIA
MEDIA
GROUP



tel: +48 22 224 59 83
power@agencjapower.pl

www.agencjapower.pl

Agencja Power nieprzerwanie od 1997 r. przekonuje takich klientów jak: Shell, Play, PGE, Polkomtel czy Ferrari Polska, że dobry event jest prawdziwą marketingową rakieta. Organizuje największe w kraju konferencje, gale, wydarzenia sportowe i wyjazdy typu incentive travel. Pasję do sportu, emocji i aktywności w każdym wydaniu przekłada na zaskakującą ofertę wyjazdów motywacyjnych i szkoleniowych.

Dla założycielki agencji, Olgi Krzemińskiej-Zasadzkiej, każdy event czy wyjazd incentive to przede wszystkim bezpośrednie spotkanie z odbiorcą, okazja do tego, by rozbudzić emocje i wzmacniać więzi między marką a uczestnikami.

Power koncentruje się wokół innowacji – w organizacji eventów chętnie sięga po najnowsze rozwiązania i oryginalne pomysły. Lot balonem po Andorze czy rejs trójmasztowcem z Barcelony na Majorcę - to tylko przykłady zrealizowanych projektów.

Agencja była wielokrotnie nagradzana certyfikatami Solidna Firma, Firma Roku i Polish Product. Zdobyła nagrodę Polskiego Stowarzyszenia Managerów Logistyki PROCON AWARDS, Tygrysy Biznesu i Gepar Biznesu, MP Power Awards w kategorii Teambuilding/ Outdoor oraz medal Meeting Planner, za najlepsze wydarzenie roku.

Power jest członkiem-założycielem Stowarzyszenia Branży Eventowej, Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel, Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce oraz międzynarodowej – Society for Incentive Travel Excellence /site/. Agencja POWER posiada wpis do rejestru organizatorów turystyki województwa mazowieckiego o numerze 1279.



EVENT INCENTIVE CONFERENCE SPORT

THE POWER OF EMOTIONS

AGENCJAPOWER.PL

NALEŻYMY DO:

SOIT
STOWARZYSZENIE ORGANIZATORÓW
INCENTIVE TRAVEL

SBE
STOWARZYSZENIE
BRANŻY
EVENTOWEJ

site

SKKP
STOWARZYSZENIE KONFERENCJALOGÓW W POLSCE



Creative
Agency

tel: +48 781 022 443
kontakt@creative-agency.pl

www.creative-agency.pl

Jesteśmy ogólnopolską agencją hostess i modelek oraz hostów i modeli z Wrocławia. Świadczymy usługi, zarówno na terenie całej Polski, jak i poza jej granicami. Agencja znana jest z profesjonalizmu i realizacji usług na wysokim poziomie. Na swoim koncie posiadamy już kilkadziesiąt ważnych wydarzeń i akcji promocyjnych.

Nasza agencja charakteryzuje się szeroką bazą doświadczonych hostów i hostess, którzy aktywnie angażują się i wspierają swoją osobą liczne targi, imprezy i bankiety.

Współpracujemy tylko z doświadczonymi osobami. Nasi gości i hostessy, wyróżniają się atrakcyjnym wyglądem, wysoką kulturą osobistą i wykształceniem. Biegłe władają językami obcymi, m.in. językiem angielskim, francuskim, niemieckim i włoskim, dzięki czemu z łatwością obsługują zagraniczne eventy.

Jeśli poszukują Państwo wsparcia przy obsłudze imprez masowych, bankietów, targów czy innych eventów, mogą być Państwo pewni, że Creative Agency jest właściwą firmą.

Zajmujemy się obsługą dużych wydarzeń i mniejszych spotkań. Są to zarówno akcje promocyjne, targi, a także bankiety, sesje zdjęciowe i inne wydarzenia wymagające profesjonalnej oprawy. Podczas realizacji zlecenia, stawiamy na jakość. W naszym zespole znajdują się jedynie osoby sumienne, punktualne oraz kreatywne. Miła aparycja i komunikatywność jest naszym standardem. Zespół hostess i hostów jest zawsze indywidualnie doborzony do rodzaju przedsięwzięcia, dzięki czemu z pewnością wpasuje się w Państwa wymagania i preferencje.

Współpracujemy z wieloma firmami na terenie całej Polski, zarówno z klientami korporacyjnymi, jak i indywidualnymi. Jeśli zależy Państwu na profesjonalnym podejściu, satysfakcjonującym kontakcie, przed i posprzedażowym, jak i kompleksowej obsłudze, zapraszamy do kontaktu z naszą agencją i do składania zapytań. Każde zlecenie podlega indywidualnej wycenie.

Od lat dbamy o satysfakcję naszych klientów, a przede wszystkim o komfort i zadowolenie ich gości.



Creative
Agency

Hostessy
Modelki



Zadbaj o biznes,
a my zadbamy
o Twoich Gości



Patrycja Juraszus
781 022 443
kontakt@creative-agency.pl
www.creative-agency.pl

Profesjonalnie,
skutecznie i na
wysokim poziomie

Gości
Modele





M-DUO

tel: +48 692 175 709, +48 602 413 077
biuro@m-duo.pl

www.m-duo.pl

M-DUO to wielokrotnie nagradzana agencja zajmująca się organizacją personelu do obsługi wydarzeń, uroczystości, targów, gal, festiwali, imprez okolicznościowych, firmowych itp. Obsługujemy małe realizacje, jak i duże przedsięwzięcia.

Nasze podstawowe zalety to kompleksowość usług, 12-letnie doświadczenie na rynku oraz dbałość o najwyższą jakość. Podstawę oferty stanowi personel eventowy - doskonale przygotowane hostessy, modelki i promotorzy marek, przy wsparciu doświadczonych supervisorów. Poza tym, animatorzy, konferansjerzy oraz ostatnio bardzo popularne - fordanserki.

Wypożyczamy i szyjemy stroje na zamówienie - od eleganckich sukienek wieczorowych dla hostess, po przebrania tematyczne. Możemy zaproponować odpowiednie stylizacje eventowe oraz make-up dostosowany tematycznie do imprezy. W ostatnim czasie wprowadziliśmy usługi realizacji video - relację na żywo, reportaży. W naszej bazie usług znajdują Państwo również usługi lektorskie - dysponujemy najbardziej charakterystycznymi głosami znanych polskich aktorów i lektorów.

Jako M-DUO prowadzimy również castingi do reklam oraz seriali.

Współpracujemy z renomowanymi agencjami eventowymi, większymi i mniejszymi firmami na terenie całej Polski oraz poza jej granicami.

Branża nas docenia, a my po prostu lubimy swoją pracę, nieustannie się rozwijamy i wkładamy w stojące przed nami wyzwania dużo serca.



#hostessy
#gości
#obsługatechniczna
#relacjavirus
#koordynatorzy
#dekoracje
#promotorzy
#conferencestaff



#modelki
#modele
#makeup
#stylizacjafryzur
#animatorzy
#castingtv
#livebar
#inne

M-DUO
event support



www.m-duo.pl
biuro@m-duo.pl
f @ mduoeventsupport
+48 692 175 709



JAK ZAARANŻOWAĆ STOISKO TARGOWE DLA MILLENIALSÓW?

Rynek pracownika sprawia, że w potrzeby rekrutowanego pracownika wsłuchujemy się jeszcze bardziej niż kiedyś. Rosnąca grupa Millenialsów, czyli osób urodzonych po roku 1990, oczekuje równowagi między pracą a życiem, czyli tzw. „work-life balance”. Mniej więcej znaczy to tyle, że dla młodego pokolenia: praca jest ważna, zarabianie też, ale zaraz obok musi być czas wolny na hobby, przyjaciół i zabawę.

Zaniepokojonych pocieszę, że następne pokolenie to ci, którzy w przedszkolu uczeni byli przez zabawę, szkoła to kontynuacja nauki przez zabawę, a studia to integracja. Juwenalia, domówki i... dla utrzymania równowagi nauka. Dobry pracodawca dla nich, to będzie taki, który w ten sposób zorganizuje pracę, by ta była niezauważalnym skutkiem ubocznym zabawy.

Wiele cech znamienych dla Millenialsów odnajdziemy u siebie czy nawet osób starszych, korzystających z dobrodziejstw nowoczesnych technologii, z Internetu albo będących przyklejonymi do smartfona, by kontaktować się z przyjaciółmi z sieci, sprawdzić pocztę albo zamówić pizzę. Wyniesiony na sztandarach przez m.in. Millenialsów „work-life balance” to w gruncie rzeczy hasło przewodnie naszej cywilizacji - nie zawsze realizowane, ale z pewnością przez większość pożądane.

Jakie więc powinno być stoisko targowe, by Millenials chcieli go odwiedzić i dobrze się na nim czuć?

Stoisko po pierwsze daje coś, czego nie daje Internet: doświadczenie autentycznego kontaktu z osobą i rzeczywistymi produktami! Internet to komputer, a komputer to ekran. Ten zwykle ma nie więcej niż 45 cm średnicy płaskiego obrazu. Na tym świat doświadczeń się kończy. Najmniejsze stoisko to 3 metry średnicy, a do tego jest głębiał! Stoisko to nie płaski obraz, ale przestrzeń, na której na odbiorcę czeka kontakt za pomocą pięciu zmysłów. Słowa powyższe w poprzednim stuleciu brzmiałyby co najmniej śmiesz-

nie. Dziś dla młodego pokolenia światem realnie naturalnym jest świat „sieci”, zaraz za nim jest to, co starsze pokolenie nazywa „rzeczywistością”. Stoisko winno być więc łącznikiem między tymi światami.

Nasz gość poczuje się swojsko, gdy na ulotce lub ścianie zobaczy adres WWW, Facebooka, Instagrama lub gotowy do zeskanowania kod QR, kierujący do treści naszej firmy. By nawiązać kontakt z Millenialsem musimy pokazać, że jesteśmy „dzisiejsi” i mówimy jego językiem. Świadczyć o tym może kiosk z prezentacją multimedialną, quiz, gdzie będzie mógł się pobawić odpowiadając na proste pytania.

Możemy wspiąć się na wyższy poziom zaufania (możliwe, że nasz rozmówca mimowolnie przejdzie z nami na „TY”), jeśli na stoisku przygotowaliśmy aplikację wirtualnej rzeczywistości lub augmented reality. Pojawienie się wirtualnych okularów na nosie naszego kolegi bardzo go do nas zbliży. Młody człowiek, już nie tylko chce widzieć na zdjęciach nasze zakłady, laboratoria. Widzieć to za mało! On tam chce być! To za mało, że opowiemy, jak na naszym stoisku wyglądałby określony eksponat. On chce go „dotknąć”, „obrócić”, „przenieść” w dowolne miejsce. Właśnie takie wrażenie daje doświadczenie wirtualnej czy rozszerzonej rzeczywistości! Okoliczność taka pozwala na odcięcie rozmówcy, chociaż na chwilę, od tysięcy otaczających bodźców i skłania go do skupienia się tylko na naszej firmie. Takie doświadczenia gwarantują najwyższy wyraz bliskości, by nie powiedzieć intymności... droga do pozostania przyjaciółmi na Facebooku jest otwarta!



Światło - kluczowy element stoiska. Millenials nie widzi, tego, co nie świeci.

Millenials lubi czuć się „na luzie” i dobrze mu w swobodnym otoczeniu. Chętniej siądzie w pozycji półleżącej na wygodnej pufie, niż na krześle. Stół nie musi mieć idealnie symetrycznych rozmiarów, ale ważne, by miał wtyczkę do ładowarki USB, o Wi-Fi nie wspominając. Mito, jeśli stoisko będzie zawierało drobne, ale zaskakujące elementy scenografii, których znaczenie Millenials sam będzie musiał odkryć. Powodzenie Escape Room'ów wśród 20-30 latków nie jest przypadkowe. Młodzi ludzie wychowani na grach, oczekują podobnych doznań w rzeczywistym świecie. Stoisko w swojej ograniczoności może wystrojem, sposobem umieszczenia eksponatów, mini-eventem zaskoczyć. Próbę zaskoczenia Millenials naprawdę docenia!

Kontakt na stoisku to okazja do oddziaływania na wszystkie zmysły gościa. Uścisk dłoni, zimny napój, miękki dywan czy wspomniana pufa to dotyk! Aromamarketing też sprawdza się świetnie. Do pobudzenia zmysłu węchu przyczynia się np. pachnąca kawa. Nawet niepozorny zapach produktu np. odzieży, wnętrza

Robot firmy DIPOL - okazja do wykonania selfie.



Wcielanie się w fikcyjne postaci - cosplay.



samochodu, opakowania, książki sprawia, że Millenials czuje coś, czego w Internecie jeszcze długo nie zazna. Dźwięków akurat w „sieci” może być sporo. Wszystkie są jednak wyreżyserowane, zaplanowane, powtarzalne o sterowanym natężeniu. Na targach jest inaczej! Dźwięki są spontanicznym efektem dialogów, pracy prezentowanego eksponatu.

Skojarzenie naszego produktu ze smakiem aromatycznej kawy, zimnego napoju zaspokajającego pragnienie gościa, czy z nieco bardziej finezyjnymi elementami cateringu jak: veriny, fingerfoody, bubble tea sprawia, że nasza oferta „ma” smak. Pojawia się nowa jakość, która będzie na długo pamiętana, nawet w czasie późniejszego przeglądania naszych stron WWW albo w czasie korespondencji e-mail.

Światło! Światło to bodaj najważniejsza składowa stoiska pobudzająca zmysł wzroku. Millenials przyzwyczajony do świecącego ekranu laptopa lub smartfona przestaje dostrzegać inne elementy. Nieświejących elementów dla niego po prostu nie ma! Tutaj, idealnym wydają się być podświetlane ściany stoiska typu NextGo. Kiedyś wystarczyły roll-up-y. Dziś zbilansowana i certyfikowana poduszka świetlna NextGo z kolorową grafiką to obraz, przy którym Millenials się zatrzyma! Jeśli natomiast grafika będzie zawierała duże obrazy uzupełnione piktogramami, możliwie skutecznie zastępującymi tekst, mamy pewność, że zainteresuje się naszą ofertą.

Iluzjonista James Randi wyznaczył swego czasu nagrodę miliona dolarów dla każdego, kto w warunkach kontrolowanych udowodni jakąkolwiek umiejętność paranormalną. Mimo że śmiatków było wielu, od lat nagrody nie dostał nikt. Millenials jest nieufny, ponad wszystko wyczulony na wiarygodność przekazu! Ma świadomość,



Stoisko w stylu „Wojny Gwiezdne”.

że z pomocą Photoshopa można stworzyć dowolny obraz, nie mający nic wspólnego z rzeczywistością. Wie, że można zmontować dowolny film, stworzyć dowolny opis, przedstawić referencje opisujące... nieistniejące produkty. Targi to miejsce w 100% wiarygodne! To tu i teraz dotykamy produktu, samodzielnie weryfikujemy jego działanie, rozmawiamy z personelem stoiska, czy wreszcie, wymieniamy opinie ze stojącymi obok innymi, potencjalnymi klientami. Owi goście, podobnie jak my wcześniej, odwiedzili różne strony WWW, inne stoiska, a teraz następuje moment wymiany wiedzy i weryfikacji oferty.

Millenials to osoba niecierpliwa. Google czy Mcdonaldyzacja przyzwyczała go do tego, że chce mieć wszystko, zarówno informację i rzeczy - tu i teraz. Czuje, że swojej postawie nie jest wymagający. Intuicja mu podpowiada, że jeszcze moment, a dzięki drukarkom 3D już niedługo po prostu wydrukuje wymyślony przez siebie produkt. Bardziej doświadczeni życiowo czytelnicy niniejszego tekstu uśmiechną się przypominając sobie bohatera bajki „Zaczarowany ołówek”. Postać z kreskówki na długo przed digitalizacją cywilizacji, chcąc mieć dowolne przedmioty rysowała je i... po prostu miała. I pomyśleć, że nie wiedział nawet co to komputer, smartfon lub drukarka 3D.



Wygodne siedzenie dla Millenialsa.

Millenials, mimo setki czy nawet tysięcy „przyjaciół” na Facebooku często są samotni. By czuli się na naszym stoisku swobodnie, nie możemy zalewać ich zmasowanym „small talkiem”. Wystraszymy ich! Zainicjowanie rozmowy dzięki umożliwieniu Millenialsowi zrobienia sobie zdjęcia z serii „Insta lans” selfie na interesującym tle, będzie bardziej skuteczne niż dziesiątki wypowiedzianych słów zachęcających do współpracy.

Millenials jest bywalcem siłowni, dba o zdrowie, a w szczególności swoją sylwetkę. Wszelkie więc aktywności na stoisku, gdzie będzie mógł wykazać się swoimi możliwościami, zostaną przez niego przyjęte z entuzjazmem.

Spotkanie z Millenialsem może być ciekawym doświadczeniem dla obu stron. Wbrew pozornemu wyobrażeniu, iż poza komputerem świata nie widzi, jest on zupełnie normalną, pozytywną osobą. Chce mieć realne, dobre relacje z innymi ludźmi, chce się bawić, nawiązywać kontakty. Droga dotarcia do niego jest jednak nieco inna od tej sprzed ery telefonów komórkowych. My, gospodarze stoiska musimy drogę tę odkryć - bo parafrazując maksymę „Klient nasz Pan”, możemy stwierdzić „Millenials nasz Pan”.

Jacek Kisiąta, Współwłaściciel firmy Extend Vision. Wystawiennictwo targowe i konferencyjne.



Artykuł sponsorowany

JAK WYGRAĆ Z CZASEM I OPANOWAĆ EVENTOWY CHAOS?!

Choćbyśmy myśleli, że o branży eventowej wiemy już wszystko i czytanie kolejnych artykułów nie wniesie nic nowego, zapewniam, że warto. Każdy event jest inny, to wiemy, każdy daje lekcje na przyszłość. Kolejna realizacja wyciska z nas wszystkie pokłady kreatywności. Dwoimy się i troimy, co zaproponować, jak wyeksponować i czym zaskoczyć, aby nasza oferta wyprzedziła konkurencję, a klienta przywiązała do nas na dłużej.

Event manager przygotowując projekt ma ogromne wyzwanie. Od koncepcji, wyboru lokalizacji, cateringu i atrakcji po technikę. Ponadto wyselekcjonowanie odpowiednich prowadzących i spełnienie riderów gwiazd. Wszystko to, generuje niezliczoną ilość spotkań, rozmów i ustaleń. Wprowadza zamieszanie i stres. Im więcej podwykonawców, tym trudniej skoordynować działania i zadbać o najdrobniejsze szczegóły. Ten poziom adrenaliny wielu z nas przystawia „kręci” i dodaje energii do działania. W końcu nie przez przypadek jesteś tu, gdzie jesteś i robisz to, co robisz.

Kochasz to, ale codzienna ilość maili i telefonów w jednej sprawie wprowadza niepokój, że coś może jednak Ci umknąć. Kolejny brief z każdą drobną zmianą od klienta musi dotrzeć do wszystkich podwykonawców. Nieprzespane noce przed realizacją i obawa o spięcie całości towarzyszy nam cały czas.

Dlatego dobrze, że tu zaglądasz. Magazyn ten pomaga odnaleźć się w świecie najciekawszych rozwiązań, nowych technologii i psychologicznych aspektów, we wszystkich wymiarach tego biznesu. Swoiste kompendium wiedzy, ma nam pomóc w wyborze najciekawszych i skutecznych rozwiązań. Ukazać nowe trendy i szeroki wachlarz usług w branży.

Wpisując się w intencję pisma „wszystko w jednym miejscu” spróbujmy, to przelożyć na realne działanie. Co powiesz na to, żeby kilku podwykonawców

z różnych obszarów połączyć razem. Tak na serio, **jedna firma – jeden brief techniczny - jeden kontakt**. A w nim stała ekipa doświadczonych i sprawdzonych realizatorów, ze wszystkich obszarów eventu. **Nagłośnienie i oświetlenie i multimedia w jednym miejscu** z własnym transportem z bogatą ofertą sprzętową. A do tego dział projektów technicznych i wizualizacji. Co jeszcze Ci potrzeba? Może usługa video live z montażem lub bez? Wszystko omawiasz z tą samą osobą. Do szczęścia brakuje tylko scenografii, która dopełni całość. Pomyślmy, produkcja scenograficzna, gdzie można na przykład w jednym miejscu przymierzyć i sprawdzić wszystko, co chcesz stworzyć lub obudować. Na każdym etapie produkcji, możesz wejść na pracownię i podglądać do woli, jak się tworzy Twój projekt. Brzmi jak sen prawda?

Faktycznie, istnieje niewiele firm, które łączą swoje siły w jedno lub przy pomocy podwykonawców próbują wyjść naprzeciw potrzebom klienta. Aby **kompleksowa oferta** mogła się udać, potrzebne jest przede wszystkim doświadczenie w każdym z obszarów proponowanej usługi. Nie można być dobrym w nagłośnieniu, ale już trochę gorszym w multimediami, klient decydując się na takie rozwiązanie musi mieć pewność, że ma do czynienia ze specjalistami w każdym z obszarów eventu.

W związku z tym, zanim podejmiemy decyzję, która powinna ułatwić nam życie, musimy sprawdzić kilka kluczowych faktów, przede wszystkim czy firma, z której zamierzamy skorzystać posiada odpowiednie zasoby: sprzętu, ludzi, własne transporty i czy, poprzez swoje kompleksowe rozwiązania, jest w stanie zoptymalizować nasz czas na przygotowanie projektu? Czy w zwią-



ku z kompleksowością zamawianej usługi będziemy mieli jakieś dodatkowe korzyści, choćby w postaci **rabatów**? Czy taki podwykonawca faktycznie zna rynek i kompleksowo świadczy usługi w oparciu o wieloletnie doświadczenie? Po co wyważać otwarte drzwi, dowiedzmy się z kim współpracuje i czy wykonane przez niego realizacje zakończyły się sukcesem. Nie ma nic cenniejszego, niż **wiarygodne rekomendacje**.

Niewiele jest takich firm na polskim rynku, ale są i tacy, którzy poszli o krok dalej. Tacy, którzy dziedzicząc rodzinną tradycję, kontynuują dorobek zamieniając wieloletnie doświadczenie w doświadczenie wielopokoleniowe. Przykładem takiej firmy jest **Grupa e4e**, która powstała w wyniku połączenia kilku firm działających w różnych obszarach rynku eventowego. Dzięki historii właścicieli firmy w odrębnych działach organizacji eventu, udało się stworzyć rozwiązanie unikatowe na polskim rynku, oferując klientowi kompleksową obsługę projektu. Grupa e4e w ramach realizowanych wydarzeń prowadzi obsługę klienta od etapu projektowania i wizualizacji, po realizację w obszarach: multimedia, dźwięk, oświetlenie i scenografia.

Zespół każdego z działów, to wyselekcjonowani specjaliści, którzy dbają o to, aby zapewnić klientom **pełną satysfakcję i spokój** w obszarze organizacji eventów, czyli sprawić, aby formalna misja firmy stała się faktem na polskim rynku.

Od małej konferencji czy stoiska targowego, po bardzo duże realizacje sceniczne i plenerowe. W grupie wszystko omawiasz z jedną osobą, w jednym miejscu i bazując na jednym briefie. Oszczędzasz swój czas i pieniądze, a całą technikę i scenografię masz „z głowy”. Możesz być pewny, że Twój projekt zaprojektowany starannie z dokładnością co do centymetra, a następnie w ten sam sposób zrealizowany. Poszczególne ekipy to zespół ludzi, którzy ściśle ze sobą współpracują, a nie wchodzić sobie w drogę, jak to bywa w przypadku obcych wykonawców, tutaj wszyscy razem pracują na sukces projektu.



Co to dla Ciebie oznacza? Już nie musisz wysłać maili do kilku osób jednocześnie i obawiać się, czy wszyscy ze wszystkim dotrą na czas i czy nikt, niczego nie pominie. Myśleć o tym, czy wszystko wszystkim przekazałeś. Powstanie **jeden spójny projekt techniczny**, uwzględniający wymagania dotyczące każdego z działów i komponentów eventu, następnie jeden z PM-ów zadba o to, żeby Twój sen przed eventem był spokojny, biorąc na siebie odpowiedzialność za **Twój sukces**.

Wiele atutów takiego rozwiązania przemawia za tym, żeby faktycznie spróbować. Ważąc to co dla nas istotne, szczególnie w życiu prywatnym, może się okazać, że kompleksowa usługa uwalnia znaczną część naszego czasu, a co za tym idzie sprawia, że jesteśmy spokojni i cieszymy się życiem. W końcu, nie ma nic lepszego, jak czas po pracy bez myślenia o niej, dlatego właśnie polecamy takie rozwiązanie.

Agnieszka Kaczmarek, Project Manager Grupa e4e

Dział Project Managerów

AGNIESZKA KACZMAREK
 AGNIESZKA@GRUPAE4E.PL
 533 991 244

HUBERT KOSIM
 HUBERT.KOSIM@GRUPAE4E.PL
 530 607 989

JAKUB SADOWSKI
 JAKUB@GRUPAE4E.PL
 501 309 970

Dział Marketingu

ALEKSANDRA BINIĘDA
 ALEKSANDRA@GRUPAE4E.PL
 533 991 215



RECEPCJA 2.0 BY CARDILLA

Jak zorganizować recepcję wydarzenia, która nie tylko spełni swoje podstawowe zadanie zarejestrowania czy powitania uczestników, ale też zachwyci i zrobi niesamowite pierwsze (czyli najważniejsze) wrażenie? Cardilla twierdzi, że ma na to receptę i chętnie się nią dzieli.

- Przepraszam, gdzie jest szatnia?

Zacznijmy od podstaw. Jeżeli recepcja ma w ogóle spełniać swoje zadanie, nie pozwól, aby hostessy, które będą obsługiwać Twoich uczestników przyszły na „szkolenie” 20 minut przed wydarzeniem. Każdy uczestnik, który dostanie już na początku informację lub odpowiedź z puli „nie wiem”, „yyyy...” lub „musi Pan zapytać tamtej Pani w czerwonym” na pewno nie będzie zachwycony „profesjonalizmem” osób obsługujących.

Oprócz tytułowej „szatni” warto poinformować personel recepcyjny o wszystkich możliwych pytaniach uczestników – w tym między innymi o podpisaniu delegacji służbowych, o konkretne sale szkoleniowe, o procedurę rejestracji dla prelegentów czy punkty agendy.

Na koniec tej sekcji znowu podstawy. Przygotowując recepcję pamiętaj, aby odpowiednio skalkulować liczbę osób obsługi zarówno w stosunku do liczby uczestników, ale również do procesu obsługi, jaki masz zamiar zastosować – na wielu wydarzeniach niestety nadal tworzą się „korki” przy recepcjach. Weź pod uwagę w jakich godzinach będą przybywać uczestnicy. Przetestuj też, ile średnio potrwa obsługa jednej osoby.

Obiecujemy, to ostatnie podstawy: przypominamy - płynny język angielski to naprawdę must-have. Zadbaj również o strój obsługi, dopasowany do wydarzenia – to naprawdę można zrobić bardzo niewielkim kosztem – akcenty takie jak apaszka, przypinany identyfikator czy koszula w jednolitym, nietypowym kolorze zapewnią prosty, ale schludny i ciekawy efekt. Nie pozwól też, aby Twój personel siedział (np. przy stole), kiedy uczestnicy stoją – to niezgodne z zasadami etykiety, a przy tym również niewygodne dla obydwu stron.

RODO – hasło roku

Wszyscy słyszeli o RODO i wdrożyli procedury, ale na mniejszych eventach nadal spotykamy kartki z nazwiskami do podpisywania, wyłożone na ladzie identyfikatory czy inne mało profesjonalne rozwiązania.

Zamiast powyższych, pomyśl o automatycznym procesie rejestracji, np. z użyciem QR kodów – dzięki temu, Twój uczestnicy nawet nie będą musieli przedstawiać się przy rejestracji. Taka forma nie tylko będzie zgodna z RODO, ale i niesamowicie szybka. Gwarantujemy też, że wydruk czy personalizacja identyfikatora, z odpowiednim systemem i drukarką, zajmie dwa razy mniej czasu niż jego odszukanie w stosie innych „badź”.

Pamiętaj, że ewentualne zgody uczestnika na przetwarzanie danych czy akceptację regulaminu uczestnictwa najlepiej zebrać na etapie rejestracji online. Na miejscu nie będzie na to czasu.

Jeżeli chcesz jednak wydrukować identyfikatory wcześniej, np. na małe, zamknięte wydarzenie - skorzystaj z eleganckich prezenterów, gdzie alfabetycznie ułożysz identyfikatory wygodnie dla obsługi, a przy tym dane na nich zawarte nie będą dostępne dla innych.

Działaj nowoczesnie i ekologicznie!

Zaskocz swoich uczestników nowoczesnymi rozwiązaniami w ramach recepcji czy rejestracji. Zamiast zmuszać uczestników do noszenia torby z materiałami konferencyjnymi, zachęć ich do pobrania tych materiałów w postaci elektronicznej! Gość Twojego wydarzenia będzie mógł to łatwo zrobić, w oznaczonym miejscu skanując swój kod QR z zaproszenia lub przykładając swój identyfikator do wbudowanego w ladę recepcyjną czytnika.

Na swoich eventach możesz też wykorzystać potęgę nowoczesnych rozwiązań na wiele innych sposobów, np. generując indywidualne agendy czy pozwalając uczestnikom na networking, dzięki wymianie kontaktów poprzez ich interaktywne identyfikatory RFID. Jeżeli chcesz zapewnić porządek i otrzymać dokładne statystyki czy informacje, pomyśl o kontroli dostępu, czyli skanowaniu identyfikatorów przy wejściu do każdej sali. Feedback od swoich gości dostaniesz również tworząc przemyślaną ankietę – taką można przygotować na kilka sposobów: umieszczając link do ankiety online, np. w zaproszeniu, ale również tworząc ankietę na miejscu wydarzenia, na ogólnodostępnych ekranach czy tabletach. Recepcja maksymalnie nowoczesna i ekologiczna? Nie ma lepszego i szybszego rozwiązania, niż zastosowanie smartfonów z aplikacją – jest to nie tylko eko, ale również nie wymaga miejsca na sprzęt i zarejestruje Twoich uczestników w ciągu dosłownie kilku sekund!

Identyfikacja to podstawa

W dziedzinie event marketingu osób kreatywnych nie brakuje, zatem pamiętajcie, żeby identyfikatory spełniały przede wszystkim swoją podstawową funkcję – czyli identyfikowały. Dobry designer powinien pamiętać o kilku podstawowych zasadach – font i rozmiar danych należy dobrać tak, aby można było swobodnie przeczytać imię osoby noszącej ID z odległości około 1-2 m.

Odwracające się identyfikatory to zmore wielu organizatorów – warto pomyśleć o identyfikatorach z podwójnym mocowaniem do smyczy – dzięki temu awers będzie zawsze awersem, a dane będą widoczne.

Artykuł zainspirowany **Blogiem Ekspertów Cardilla** – specjalistów w dziedzinie druku identyfikatorów eventowych, rejestracji uczestników i sprawnych recepcji.



Na Warsaw Security Summit 2019 wdrożyliśmy system szybkiej recepcji w oparciu o zaproszenia z QR kodami.

EVENT MANAGEMENT
80% praktyki,
pomaga spalić kalorie

SPONSORING W EVENTACH
przyjazny dla kieszeni

KREACJA W EVENTACH
100% inspiracji



ORGANIZACJA IMPREZ MASOWYCH
0% cukru,
same konkrety

TWORZENIE OFERT EVENTOWYCH
przełamuje rutynę

ORGANIZACJA TARGÓW
50% do efektywności



INSPIRACJE
NA EVENT ZACZYNAJĄ SIĘ TUTAJ



tel: +48 531 493 818
marketing@colorsofdesign.pl

www.colorsofdesign.pl

Dostarczamy meble i akcesoria na eventy najwyższej rangi. Nasza oferta obfituje w bogaty wybór wzorów i kolorów, które z powodzeniem przyczynią się do zbudowania efektu „WOW” każdego wydarzenia. Pracujemy dla największych agencji w kraju, jak również agencji zagranicznych, dla których z powodzeniem realizujemy wymagające projekty. Naszą pasją są meble, dlatego kilka razy w roku zaskakujemy swoich klientów nowymi wzorami, których nie sposób znaleźć w ofercie innych wypożyczalni, a wszystko po to, aby wydarzenia naszych klientów były jeszcze piękniejsze i bardziej wyróżniające. Poszczególne elementy kolekcji, jakie oferujemy z powodzeniem można mieszać, tworząc przy tym ciekawe i niespotykane aranżacje eventowych przestrzeni.

Naszą paczkę Colorsa tworzą rozłokowane w dwóch magazynach zespoły (Katowice i Warszawa), które dbają o każdy detal realizacji od przygotowania oferty i wizualizacji, po sprawny transport, montaż i demontaż po zakończonym evencie. Dzięki własnej, nowoczesnej flocie samochodów, docieramy nie tylko w najodleglejsze zakątki naszego kraju, ale również poza jego granice, coraz częściej obsługując eventy na terenie całej Europy.

Jakość naszych usług potwierdza przede wszystkim ciągle rozrastające się grono stałych klientów, ale również otrzymane przez nas rekomendacje i wyróżnienia w mediach branżowych, czy też fakt, że jesteśmy członkiem Stowarzyszenia Branży Eventowej. Tworzyliśmy przestrzeń największych konferencji ogólnopolskich, jak choćby COP24, Europejskie Kongresy Gospodarcze, Fora Ekonomiczne w Krynicy, dużych festiwali muzycznych jak np. Open'er, Lato z Radiem, OFF Festiwal, czy prestiżowych imprez wysokiej rangi, do których zaliczyć możemy choćby aukcję Pride of Poland. Na przestrzeni 8 lat działalności zdobyliśmy niemałe doświadczenie, ale nieustannie chcemy się rozwijać, dlatego z niecierpliwością czekamy na nowe wyzwania rzucone przez naszych klientów.

Zapraszamy na pełną inspiracji i kolorów stronę www.colorsofdesign.pl i do kontaktu z naszymi specjalistami od kreatywnej aranżacji przestrzeni eventowej. Zadbaj o najwyższy komfort swoich gości właśnie z nami.





Confetti System
sceniczne efekty specjalne

tel: +48 535 016 924
kontakt@confettisystem.pl

www.confettisystem.pl

Kim jesteśmy?

Ludźmi, którzy potrafią nadać zwyczajnym wydarzeniom baśniowej niezwykłości. Nasycić je oszałamiającymi kolorami i porywającymi dźwiękami.

Co robimy?

Czarujemy emocjami. Zmieniamy zwykłe wydarzenia w przedstawienia rodem z marzeń. Sprawiamy ich uczestnikom radość, wzbudzamy ich zachwyt i poruszamy ich serca.

Jak to robimy?

Kreujemy sceniczne efekty specjalne. To dzięki nam oprawa festiwali, eventów, wydarzeń sportowych, pokazów ślubnych robi na widzach piorunujące wrażenie - za każdym razem.

Czym to robimy?

Paleta używanych przez nas środków jest bardzo szeroka: od klasycznego confetti, przez płomień, serpentyny, balony, dym, pianę, aż po... bańki mydlane.

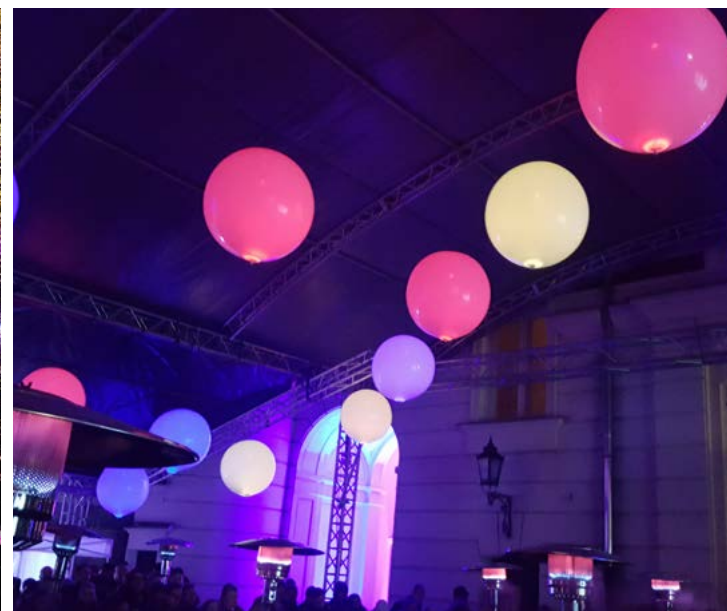
Jak to się zaczęło?

Dziewięć lat temu odkryliśmy, że to emocje są esencją życia. Niezależnie od tego, czy chodzi o tłumne Mistrzostwa Świata w Siatkówce czy o skromny ślub. To emocje przeżywamy całym ciałem i zapamiętujemy na długie lata.

Kto nam zaufa?

Okazało się, że mieliśmy rację. To był strzał w dziesiątkę. Potwierzeniem tego są wydarzenia, które mieliśmy przyjemność oświetlić swoimi efektami scenicznymi: Orange Warsaw Festiwal, Red Bull X-Fighters, Mistrzostwa Europy w Żużlu, Reebok Powerun by Runmageddon, XV Memoriał Huberta Jerzego Wagnera, Polsat Boxing Night, koncerty światowych gwiazd muzyki (Skrillex, Armin van Buuren).

Jeśli chcesz zmienić organizowane przez siebie wydarzenie w prawdziwy spektakl, pełen pozytywnych wrażeń i gorących emocji, skontaktuj się z nami.



Confetti System
sceniczne efekty specjalne

TWÓJ PARTNER OD SCENICZNYCH
EFEKTÓW SPECJALNYCH



POKAZY CONFETTI



PŁOMIENIE



EFEKTY CO₂



WENTYLATORY LED



SERPENTYNY



PIROTECHNIKA



BAŃKI MYDLANE



FLOGOS | PIANA

... I WIELE INNYCH!



SPICE SPACE

Danka tel. +48 600 428 103
Piotr tel. +48 608 320 111
kontakt@spice4space.pl

www.spice4space.pl

SMART DESIGN. Wynajem, który zmienia wszystko!

Świetny design, meble multimedialne i modułowe. Zaprojektowane tak, że doskonale łączą się ze sobą. Wiele z nich dostępnych jest w Polsce wyłącznie u nas. Z nami design jest jak przyprawa: zmienia wszystko!

Więcej niż wynajem mebli

W ofercie znajdziesz też akcesoria, meble multimedialne i modułowe scenografie. A każdemu wynajmowi towarzyszyć może aranżacja przestrzeni, indywidualny projekt scenografii, wizualizacje 3D i nasza wspólna praca nad Twoim pomysłem. Jesteśmy po to, by przestrzeń zmieniała event. Możemy więcej! A jeśli potrzebujesz po prostu kilkuset krzeseł albo mównicy, nadal jesteś we właściwym miejscu.

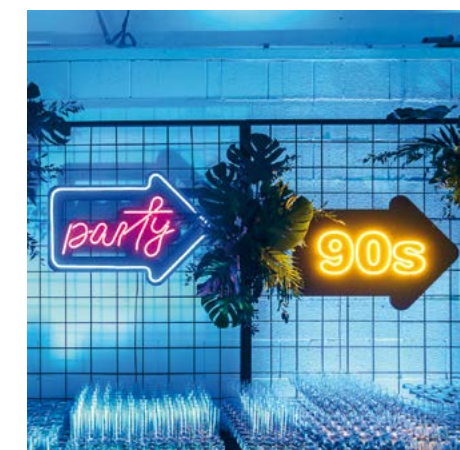
Wyjątkowe przedmioty

Mamy przedmioty niedostępne gdzie indziej. Dlatego eventy z nami są wyjątkowe. Mównice multimedialne MOOVY, najsmuklejsze na rynku, to gwiazdy scen konferencyjnych. Meble koktajlowe HERO to klasyka nowoczesności... ale w solidniejszym wydaniu. Seria LINEUP otwiera całkiem nowe możliwości w recepcjach, barach i strefach expo. Jako pierwsi w Polsce wprowadziliśmy HERBE - meble pokryte trawą. A nasze NEONY zmieniają całe eventy przy niewielkim koszcie.

Chcesz, by event zaskakiwał uczestników? My też. Dlatego większość przedmiotów z katalogu Spice4Space dostępnych jest w Polsce wyłącznie u nas.

Spice4Space to twój pierwszy wybór na południu Polski. Teraz daj się zaskoczyć także w innych lokacjach!

Spice4Space. Przestrzeń eventowa na nowo.



SPICE SPACE

Smart design. Przestrzeń eventowa na nowo.



K R E U J E M Y

NASTRÓJ


STAR EVENT
WYPOŻYCZALNIA MEBLI EVENTOWYCH
SCENOGRAFIE





tel: +48 22 112 10 30
info@ukoo.pl

www.ukoo.pl

UBIERAMY OUTDOOR

Jesteśmy jedynym w Polsce dystrybutorem namiotów stretch wytwarzanych przez firmę RHI w RPA, która jest światowym liderem w ich produkcji i rozwoju. Oferujemy eleganckie namioty eventowe na wszelkiego typu imprezy i wydarzenia, które można zainstalować w dowolnym miejscu i na każdym podłożu.

Plaża, brzeg rzeki, leśna polana, basen lub jezioro, przydomowy ogród, środek miasta, park, taras, dach budynku lub pływającej barki są w zasięgu ręki i to bez względu na liczbę gości oraz warunki atmosferyczne.

Marzysz o niepowtarzalnym eventcie, który na długo pozostanie w pamięci zaproszonych gości? Wybierz urokliwe miejsce, a my zaprojektujemy dla Ciebie unikalną architekturę namiotu, która stanie się wiodącym elementem scenografii.

Każda pora roku i pogoda jest dobra dla imprezy pod namiotem stretch. Nasze namioty wyróżniają: 100% wodoodporność, wytrzymałość, niezawodność, szybka i prosta instalacja oraz zgodność ze wszystkimi normami bezpieczeństwa.

Realizujemy eventy na terenie całej Polski.

Skontaktuj się z nami, a uczynimy Twoją imprezę wyjątkową!





TECHNOLOGICZNY SZAŁ NA EVENTACH

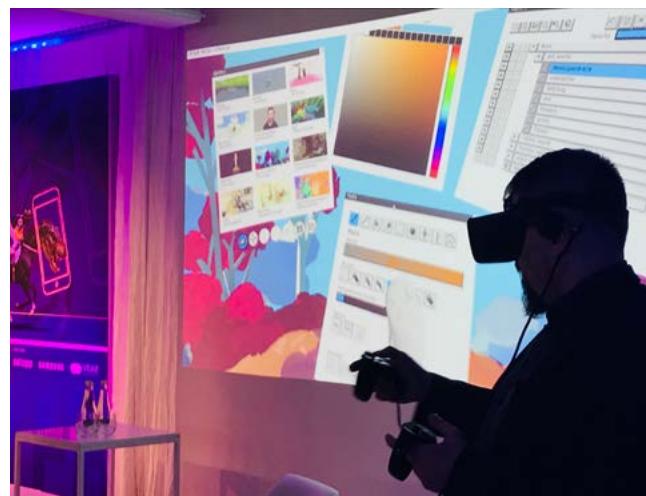
Nowe technologie coraz śmielej wkraczają w każdy obszar życia. Nic więc dziwnego, że branża eventowa, łasa na różnorakie nowinki, chętnie wybiera zaawansowane rozwiązania, wykorzystujące możliwości wirtualnej rzeczywistości. Okulary VR, symulatory, hologramy czy urządzenia mobilne - potencjał czerpania z zaawansowanej wizualizacji 3D ogranicza tylko kreatywność i budżet organizatorów wydarzeń.

Targi, konferencje, showrooms, imprezy integracyjne, eventy sportowe – w przemyśle spotkań nie brakuje okazji do wykorzystania nowoczesnych technologii. Przejazdka w okularach VR, wirtualna wycieczka po obiekcie, aplikacja marketingowa na targach albo po prostu gra przenosząca do innej rzeczywistości, jako dodatkowa rozrywka, to sposoby na przyciągnięcie uwagi uczestnika imprezy eventowej. - W obecnych czasach, chcąc zdobyć zainteresowanie konsumenta, firmy muszą decydować się na nowoczesne i niestandardowe formy promocji. Dotyczy to również eventów, które bardziej oddziałują na wszystkie zmysły niż standardowa komunikacja. Wykorzystanie VR/ AR jest jednym z trendów technologicznych w marketingu, który pozwala zaskoczyć odbiorcę i sprawia, że sam mówi o marce, generując jej zasięg organiczny – mówi Bartosz Paśko, On Trade Activity Manager Stock Polska, Koordynator projektu Stock Prestige Bartender VR League.

Kolekcjonerzy wirtualnych wrażeń

W przypadku podróży do nowego wymiaru ciągle działa efekt zaskoczenia. W celu wywołania prawdziwego customer experience u uczestnika eventu warto połączyć atrakcje on i off reality.

- To nieuchronnie napędza wielki wyścig technologiczny, rywalizację, co nowego stworzyć, aby być unikatowym. Obecna technologia pozwala na coraz bardziej spektakularne rozwiązania, dzięki czemu widzowie albo uczestnicy eventu stają się kolekcjonerami dobrych wrażeń. Jest to szczególnie widoczne w czasie premier marek samochodowych, eventów dla branży IT czy dla sektora bankowości, gdzie prezentowane są rozwiązania FinTech. Nowa technologia widoczna jest wtedy nie tylko na samym wydarzeniu, ale w każdym punkcie styku klienta z eventem – zaznacza Szymon Krzysiak, Senior Strategy Planner w Agencji Insignia. Jak podkreśla Krzysztof Tkaczyk, Executive Creative Director New Amsterdam, taka technologia wymaga rozmachu i budżetu, ale za to procentuje niezwykle wrażeniami związanymi z marką lub wydarzeniem. To bez wątpienia, ważna część składowa imprez eventowych i promocyjnych. - Koszty związane z technologią i jej charakter powodują, że AR/ VR są głównie używane przy dużych wydarzeniach. Z powyższych powodów, jeśli są wykorzystywane najczęściej stanowią centrum eventu jako show. Stanowiska pojedyncze z goglami czy też projekcje holograficzne z elementami AR pojawiają się czasami jako skromne dodatki przy prezentacjach produktów na stoiskach, niemniej pełnią wtedy rolę poboczną, często trochę na



Krzysztof Tkaczyk, Creative Director New Amsterdam podczas wystąpienia na konferencji Augmented Advertising & Sales CEE, fot. Mateusz Kalinowski, UP! Film.

zasadzie nowinki mającej uwiarygodnić ewentualną „nowoczesność” marki. Ta technologia wymaga rozmachu i budżetu, ale to co oferuje w zamian, to niezatarte wspomnienia związane z danym brandem – konkluduje Krzysztof Tkaczyk. Uwzględnienie w scenariuszu eventu wirtualnych rozwiązań staje się coraz bardziej powszechne. Warto zadać sobie pytanie, na wydarzeniach jakiego typu sprawdzą się najlepiej? Według Grzegorza Miłkowskiego, CEO ContentHouse, z bogactwa wirtualnych technologii powinno czerpać wiele branż. - VR i AR świetnie sprawdzają się na wszelkich eventach deweloperów, związanych z prezentowaniem architektury, aranżacji, zagospodarowania przestrzennego itp. Taka forma wizualizacji pozwala wejść w świat i obiekt, który póki co znajduje się jedynie na desce kreślarskiej. To może usprawnić proces sprzedaży oraz oczarować przyszłych klientów wizją oraz jej potencjałem. Standardem jest już wykorzystanie VR i AR podczas wydarzeń motoryzacyjnych czy związanych ze światem medycyny. Szczególnie ten drugi sektor coraz mocniej korzysta z dobrodziejstw oferowanych przez wirtualizację oraz rozszerzenie rzeczywistości, by lepiej szkolić lekarzy, omawiać trudne case'y czy też dyskutować o innowacjach, które mogą usprawnić proces leczenia. Kolejnym obszarem potwierdzającym tezę, że nie ma tu barier, jeżeli chodzi o branżę, jest sztuka oraz możliwości prezentacji artystycznej dzięki takim technologiom. Doskonałym przykładem mogą być prace jakie tworzy Anna Zhilyaeva. Za pomocą wykorzystania technologii świetlnej: wiązek światła, okularów VR, wirtualnych kolorów kreuje nowy rodzaj obrazów – wymienia Grzegorz Miłkowski.

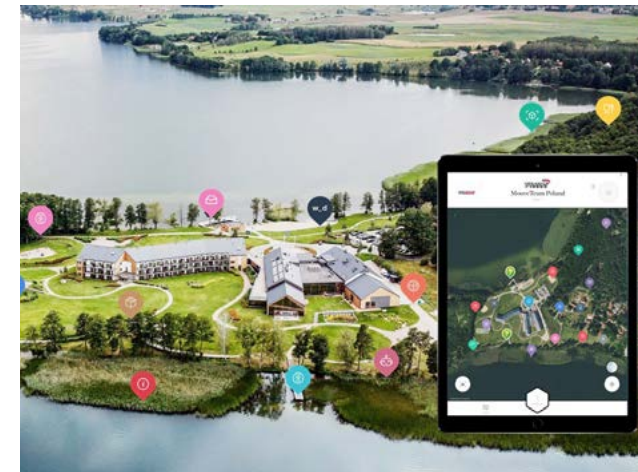


Marcin Gawin z Moove Polska uważa, że technologia AR/VR generalnie sprawdza się we wszystkich imprezach sektora MICE. - Sposób jej wykorzystania zależy od naszej kreatywności, może być zaimplementowana do każdego eventu – pozostaje tylko kwestia potrzeb, uwzględniająca założenia planowego wydarzenia. Sam jestem miłośnikiem gier i wiem, że tutaj platforma VR sprawdza się idealnie, szczególnie podczas wyścigów samochodowych np. Formuły 1 czy WRC. Podobnego zdania jest Sebastian Wilk, twórca marki ZENonVR. Z technologii można zrobić użytek na tysiące różnych sposobów z mnóstwem wielorakich scenariuszy. – Liczy się przede wszystkim pomysł oraz oczywiście wykonanie. Pewnym ograniczeniem VR są gogle, które może mieć na głowie w jednej chwili tylko jedna osoba. Są jednak pomysły, które to na różne sposoby obchodzą. Takiego limitu dostępności nie ma natomiast rozszerzona rzeczywistość, gdzie do uruchomienia aplikacji wystarczy zazwyczaj telefon komórkowy. AR może też być odtwarzane na dużym ekranie widocznym dla wszystkich jednocześnie, dzięki podłączonej kamerze. Możliwość jest multum – dopowiada Sebastian Wilk.

Nowy wymiar doświadczeń marki i produktu

I co najważniejsze, wbrew pozorom oprogramowanie VR czy AR daje efekty nie tylko przy wydarzeniach technologicznych, ale również zupełnie niezwiązanych z tą dziedziną. – Duże zainteresowanie wirtualną i rozszerzoną rzeczywistością obserwujemy w młodej grupie konsumenckiej – wśród Millenialsów i generacji Z, która bardzo aktywnie korzysta z nowych mediów, śledzi nowinki technologiczne i jednocześnie często po raz pierwszy ma okazję ją przetestować. Aby umożliwić to doświadczenie jak największej liczbie osób, w zeszłym roku organizowaliśmy promocyjne strefy marki Stock Prestige oraz Amundsen podczas imprez klubowych, gdzie wszyscy obecni mogli przetestować, co oferuje technologia VR na własnej skórze. To rozwiązanie zdecydowanie się sprawdziło – podkreśla Bartosz Paśko. Cykl turniejów barmańskich w formule e-sportowej - Stock Prestige Bartender VR League pokazuje, że marki mogą śmiało stosować nową technologię przy prezentacji i promocji swoich produktów.

- Aplikacja turniejowa „Bartender VR League” została zaprojektowana w oparciu o wirtualny symulator barmana stworzony przez firmę VR Factory, czyli Bartender VR Simulator. Projekt ten został nagrodzony w 2018 roku na największej konferencji branżowej Game Developers Conference w San Francisco jako jedna z najbardziej innowacyjnych na świecie aplikacji wirtualnej rzeczywistości w kategorii „Trening – Edukacja”, jak i znalazł się w światowym finale VR Awards na najlepszą i najbardziej innowacyjną aplikację wirtualnej rzeczywistości w kategorii „VR Education of the Year” – dodaje koordynator projektu.



Fot. Platforma MOOVETEAM.

Na polskim rynku nie brakuje rozwiązań, mogących służyć zarówno jako przestrzeń szkoleniowa, jak i rozrywkowa, przykładem może być technologia oferowana przez markę MOOVETEAM. - Platforma Moove daje możliwość projektowania, tworzenia i zarządzania grami team-buildingowymi i quizami na iPadach. Jest to bardzo intuicyjny internetowy panel do budowania gier z własnymi treściami. Interfejs iPada pozwala na oryginalne działanie w wysokiej technologii. Aplikacja MooveTeam jest całkowicie intuicyjna i ma dostępne opcje pozwalające użytkownikowi na zabawę podczas aktywności. Jest to zupełna nowość w branży eventowej, jak i trend światowy. Platforma MOOVETEAM wykorzystuje całe spektrum nowej technologii jak AR, IBEAON, QR – zaznacza Marcin Gawin.

Jak podkreśla Krzysztof Tkaczyk, możliwości są ogromne. Ważne, by nie zapomnieć o tzw. czynniku ludzkim, o tym by innowacyjnie technologicznie przekaz niósł ze sobą prawdziwe emocje i przeżycia. - Funkcjonujemy w czasach popiśmiennych, gdzie również w komunikacji marketingowej narracja linearna pochodząca z kultury słowa ustępuje opowieści przekazywanej nie tylko obrazem, ale również innymi zmysłami. Istotnym elementem jest autentyczne zaangażowanie odbiorcy w wydarzenie. Przykładem może być wprowadzenie nowego produktu trekkingowego obuwiu marki Merrel. Uczestnicy eventu mogli w przestrzeni salonu odbyć ekscytującą podróż poprzez górskie łańcuchy Dolomitów. Istotnym wyznacznikiem jest immersja użytkownika w świecie marki, czyli zanurzenia się w wirtualnej rzeczywistości. Ważnym czynnikiem jest to, że zarówno sposób tworzenia takich materiałów, jak i ich późniejszy odbiór wymaga zupełnie innego myślenia i języka. Tworząc i odbierając jesteśmy naprawdę „wewnątrz” – komentuje przedstawiciel New Amsterdam.



Fot. Turniej barmański w ramach rozgrywek „Stock Prestige Bartender VR League”.



Szkolenia z... hologramem

Warto zwrócić uwagę na potencjał AR/ VR przy okazji organizacji konferencji czy szkoleń. Wydaje się, że dzięki nowym technologiom wideokonferencje powoli będą odchodzić do lamusa.

- Już teraz nie jest problemem zorganizować szkolenie, teambuilding w jednym czasie, w 3 różnych krajach, dla 3 różnych grup, w 3 różnych językach. Wydaje się niemożliwe? A jednak! MOOVE ma za sobą takie realizacje. Szukujemy grę na 3 różne kraje, w 3 różnych językach. Wszystkie grupy startują w tym samym czasie w różnych lokalizacjach, rywalizują ze sobą widząc się poprzez aplikację MOOVE oraz bieżący podgląd do statystyk – opowiada Marcin Gawin.

O tym, że nie są to puste frazesy świadczą statystyki związane ze skutecznością użycia VR-u w szkoleniach. - Filmy, materiały drukowane, prelegenci gwarantują przyswajalność wiedzy maksymalnie do poziomu ok. 25%, przy użyciu VR skok „zapamiętywalności” jest gwałtowny - do średnio około 75 - 85%. Te same wskaźniki można przy jakościowym contentie przenieść na doznania związane z brandem w realiach eventowych. Niemniej jednak należy podkreślić, że mówiąc o takiej skuteczności trzeba brać pod uwagę rozwiązania projektowane indywidualnie z użyciem technologii, a nie automatyczną implementację „budek AR/ VR”. Dzięki oddziaływaniu na zmysł dotyku, pamięć mięśniową i pełną immersję – szkolenia tego typu nie tylko stają się bardziej skuteczne, ale bardziej dostępne w przyswajaniu, właśnie dzięki zaangażowaniu większej ilości zmysłów. Odbiór i nauka stają się aktywnym doświadczeniem, a nie próbą pasywnej kumulacji wiedzy. Angielska i holenderska policja dysponuje np. specjalnymi programami szkoleniowymi dla techników kryminalistyki (by uczyć się na miejscu zbrodni nie pozacierali śladów), wojsko, strażacy, inżynierowie i mechanicy w branży motoryzacyjnej i lotniczej, wielkie firmy komputerowe, szkolenia psychologiczne dla negocjatorów i wiele innych. Szkolenia są pierwszą gałęzią biznesu, która udowodniła, że VR może oznaczać skuteczność i zysk. Tym samym nie trafi na śmietnik cywilizacji rozrywkowej, tak jak zanikające telewizory 3D – przekonuje Krzysztof Tkaczyk.

Wirtualna atrakcja na event

Na eventach ciągle jest pożądanym efektem „WOW”, a wirtualne technologie nadal go wywołują i same w sobie, od samego początku kreowania wydarzenia, sprawdzają się jako atrakcja. - Zaproszenia, na przykład na wydarzenia motoryzacyjne mogą być wysyłane w formie kodu do zeskanowania przez aplikację mobilną, która prezentuje treści w atrakcyjnej formie multimedialnej. Następnie uczestnik w trakcie eventu już na wejściu otrzymuje okulary VR, przez które ogląda widowisko. W trakcie wydarzenia organizowane są wirtualne spacerki. W wyniku tego tworzy się wielkie show czy performance, polegające na połączeniu gry świateł, technologii, efektów dźwiękowych i artystów znanych z show telewizyjnych – podpowiada Szymon Krzysiak.

Rozwijająca się branża eventowa poszukuje nowych atrakcji i jest otwarta na wdrażanie pionierskich pomysłów. - Na eventach pojawiają się symulatory przeróżnego rodzaju, wprowadza się elementy rywalizacji lub współpracy. Można korzystać z gotowych doświadczeń, gier, aplikacji, ale zdarza się też tworzyć content personalizując go na potrzeby klienta. Branding w samej grze to niewielka namiastka tego, co można zrobić. AR natomiast jest mniej popularny. Powstają jednak wdrożenia eventowo-marketingowe bazujące na tej technologii. Najczęściej są to aplikacje mobilne, które użytkownik pobiera na swój telefon. Np. gra terenowa polegająca na poszukiwaniu znaczników, z których po nakierowaniu kamery smartfona coś się wyłoni, np. duże animowane pudło z kokardą. Jeśli użytkownik posiada odpowiednią ilość szans, czyli zrobił zakupy na określoną kwotę, ma możliwość rozpakowania wirtualnego prezentu i odbioru prawdziwej nagrody – dodaje Sebastian Wilk.

O przyszłość nowego medium w branży eventowej nie powinniśmy się martwić. Zdaniem przedstawicieli firm zajmujących się wirtualnymi platformami, popularność takich rozwiązań będzie rosła wraz z postępem technologicznym. - Moment popularyzacji nadejdzie szybciej, kiedy smartfon zostanie zastąpiony okularami, które przejmą wszystkie jego funkcje. Prototypy tego typu rozwiązań już powstają. Upowszechnione korzystanie z takiego urządzenia daje możliwość kompleksowego wprowadzenia AR/ VR do sklepów, w prezentacji produktów, na eventach itp. Klientowi, który spogląda na półkę z produktami wyświetlałyby się ważne informacje na temat produktu. Mało tego – informacje mogłyby być dostosowane do tego jakie cechy produktu są dla niego najważniejsze. Inne dla rodziców z dziećmi, a inne dla singli czy studentów – bo w każdej z grup co innego wpływa na decyzje zakupowe – komentuje CEO ContentHouse. Krzysztof Tkaczyk podkreśla wagę odpowiedniego budżetu i zaangażowania. Platforma sprzętowa umożliwi użycie pojedynczych instalacji (najlepiej z unikalnym contentem), jak i spektakularnych wielowymiarowych widowisk. - Każdemu polecam, by przez chwilę stał się latającym dinozaurem pteranodonem na urządzeniach marki Birdly, wziął udział w bitwie z Obcymi czy zobaczył King-Konga wspinającego się po Pałacu Kultury... czy to nie brzmi ciekawie? - pyta Executive Creative Director New Amsterdam.



Dzięki nowym mediom i technologiom wirtualnym twórcy eventów przekraczają kolejną barierę. Patrząc perspektywicznie, można spodziewać się, że AR i VR będą przenikać każdy typ eventu. Możliwości wizualne oferowane przez wirtualny świat mogą stać się czynnikiem pozwalającym na poszerzenie wachlarza możliwości nowoczesnych eventów.

Jaga Kolawa



Fot. ZENonVR, Event VR - wirtualny lot balonem wokół wyspy piratów.



Europe's No.1 Team Building & Conference Experience

40+

Happy Clients

11

Languages

7

Countries

4.000+

Participants

www.rockyourbusiness.co.uk



www.ATRAKCJE.com.pl



ponad **150**

własnych urządzeń
dla dzieci i dorosłych!

Oferujemy wynajem na:

pikniki, duże imprezy plenerowe
oraz kameralne eventy, wieczory tematyczne...



wyberz **NAS**
i śpij spokojnie...



19 LAT

doświadczenia w branży



tel. 22 872 15 27

atrakcje@bremex.com.pl



tel: +48 600 248 903
mm@venturetechnology.pl

www.venturetechnology.pl

Venture Technology to zespół inżynierów, którzy konstruują gry interaktywne według własnych pomysłów. Są one wykorzystywane w branży eventowej jako atrakcje przyciągające uwagę, pozwalające na chwilę niezobowiązującej rozrywki, zachęcając do odrobiny ruchu i rywalizacji.

Firma tworzy urządzenia od podstaw, włączając w to elektronikę, mechanikę i własne oprogramowanie. Dzięki temu gry cały czas są rozwijane, a kolejne koncepty systematycznie urzeczywistniane.

Nietuzinkowe pomysły połączone z nowymi technologiami dostarczają rozrywki podczas spotkań firmowych, gal, pikników, konferencji czy targów. Z pomocą instalacji interaktywnych można też przeprowadzać konkursy lub zawody, co dodatkowo angażuje uczestników wydarzeń i pozwala ich nagrodzić.

Z punktu widzenia zawodnika, gry są proste. Cel gry można wytłumaczyć w 30 sekund. Jednak głównym czynnikiem zachęcającym do zabawy jest rzeczywisty charakter maszyn połączone z nowinkami technicznymi, możliwością rywalizacji i odrobiną ruchu. Nawiązanie w atrakcjach do dobrze znanych zabaw sprzed lat pozwala zawodnikowi zbudować więź z grą.

Zapewniamy kompleksowy zestaw usług do naszych instalacji: transport na terenie całego kraju, montaż, wyszkoloną obsługę na czas wydarzenia oraz branding.

Nasi inżynierowie podejmują się także zaproponowania konceptu oraz wykonania urządzenia na specjalne zamówienie dla konkretnej kreacji, ale to już droższa bajka...



Venture Technology

PORUSZYMY TWOIM WYDARZENIEM

**KONSTRUJEMY NIECODZIENNE ATRAKCJE Z WYKORZYSTANIEM
NAJNOWSZYCH TECHNOLOGII**

www.venturetechnology.pl

EVENT Z ELEKTRONICZNYM POWEREM

Każdy uczestnik eventu doceni gadżet, który nie tylko będzie miłym dodatkiem do wydarzenia, ale także będzie przydatny w codziennym życiu. Jeśli w dodatku będzie to elektronika reklamowa, zapewni pozytywny odbiór wydarzenia. Sprawi, że zapadnie w pamięć uczestnika i będzie wywoływał miłe skojarzenia.

Chcesz zaskoczyć swoich gości? Zobacz, co proponują czołowi dostawcy gadżetów elektronicznych!



Lampka z ładowarką indukcyjną VELIA

Elegancka lampka na biurko VELIA posiada wbudowaną ładowarkę indukcyjną zgodną ze standardem Qi. Za pomocą dotykowych przycisków można w łatwy sposób dostosować barwę światła (trzy opcje) i jego intensywność oraz nastawić wyłącznik czasowy z godzinnym opóźnieniem. Światło generowane przez VELIĘ jest przyjemne i nieoślepiające, bez efektu stroboskopu. Dane techniczne: wyjście DC 5V, zasilanie DC 12V/1.5A, rodzaj światła LED COB.



Power bank 8000 mAh Mauro Conti

Elegancki i praktyczny power bank V3988 z podświetleniem logotypu i możliwością ładowania dwóch urządzeń jednocześnie. Akumulator o pojemności 8000 mAh i komponenty wysokiej jakości pozwolą na szybkie naładowanie telefonu, a dzięki wbudowanemu wyświetlaczowi cyfrowemu można łatwo sprawdzić ilość dostępnej energii. Power bank posiada również efekt podświetlenia logotypu po wygrawerowaniu, który pojawia się podczas ładowania oraz przy poruszeniu gadżetem. W zestawie znajduje się etui i kabel micro USB, całość zapakowana w ozdobne pudełko na magnes. Wejście 5V/1-2A, wyjście 5V/1-2.1A., nr. ref. V3988-03



Bambusowa ładowarka bezprzewodowa i organizer na biurko w jednym

Idealne urządzenie na każdy stół i biurko! Ten stylowy, wykonany z naturalnego bambusa przyborek sprawi, że na Twoim biurku zawsze będzie porządek, a z wbudowaną ładowarką bezprzewodową naładujesz telefon bez kabli. Bezprzewodowe ładowanie jest kompatybilne ze wszystkimi urządzeniami posiadającymi możliwość ładowania indukcyjnego.



Słuchawki Bluetooth SC67

Nowość w ofercie. Słuchawki Bluetooth SC67 z dużą powierzchnią do nadruku oraz możliwością znakowania dwoma metodami. Na białych słuchawkach wykonujemy nadruk UV, a na kolorowych blaszkach grawer. Model posiada baterię pozwalającą na odtwarzanie muzyki przez około cztery godziny, w zestawie trzy rozmiary końcówek wzmacniających, kabel do ładowania oraz etui na słuchawki. Wersja Bluetooth 4.2.



MR BIO adapter biodegradowalny

Elektryzuje eko osobowością! Najnowszy adapter z trzema łączami zasilającymi – micro USB, Type-C i Lightning oraz opatentowanym zestawem - USB wzbogaconym o typ C, wykonany z tworzywa biodegradowalnego i utwardzonego papieru. Główna z obszaru reklamowym oraz oprawy łączy, zostały wykonane z bio materiału, który ulega rozkładowi już po 3 latach. W 100% zdatny do recyklingu papier okalający przewody jest materiałem elastycznym i wodoodpornym.

www.friends4friends.pl

Budzik Bluetooth GET UP

Budzik z wyświetlaczem LCD i funkcją alarmu, radiem FM z pamięcią programów, wyjściem muzycznym 3 W, Bluetooth 4.2 do parowania z telefonem komórkowym, tabletem. MP3 można odtwarzać przez USB lub kartę Micro-SD, posiada funkcję głośnomówiącą, wydajny akumulator o pojemności ok. 1.200 mAh oraz kabel ładujący ze złączem Micro-USB i kabel audio.



MOUNTY+

Grawitacyjny uchwyt do telefonu z funkcją bezprzewodowego ładowania, montowany na kratkę wentylacyjną w samochodzie. Kompatybilny z bezprzewodowym standardem ładowania Qi. Moc ładowania do 10 W. Najwyższe bezpieczeństwo, specjalnie zaprojektowany obwód zapobiega przeladowaniu i kontroluje temperaturę, aby zapobiec przegrzaniu. Niski prąd czuwania zapewnia minimalny pobór mocy, gdy pad nie ładuje. Produkt montowany do kratki wentylacyjnej za pośrednictwem przegubu kulowego. System obrotu zapewnia najlepszy kąt widzenia. Uchwyt pasuje niemalże do wszystkich modeli telefonów. Grawitacja sprawia, że telefon opadając w dół zaciska szczękę blokującą smartfon. Dzięki bezprzewodowej ładowarce samochodowej MOUNTY+ nigdy więcej nie będziesz miał problemu z kablami.

FLASHLIGHT

Latarka z podświetlanym logo i baterią 2500 mAh wykończona gumą – rubber (dającą bardzo delikatny efekt w dotyku). Dostępna w czterech kolorach wykończeniowych na stocku we Francji, już od 25 sztuk z personalizacją w przeciągu 1 tygodnia. Moc maksymalna 500 lumenów (odpowiednik 50 W), 6 godzin autonomii na pełnej mocy, 8 poziomów jasności. Latarka może być również używana jako bateria zapasowa, w zestawie jest dostarczona z kablem do ładowania USB, paskiem i pudełkiem z magnetycznym zamknięciem.





tel: +48 17 742 13 69
kontakt@modernforms.pl

www.modernforms.pl

Modern Forms to MY – kreatywni, przebojowi, kochający zmiany, nie lubiący stagnacji, pełni pasji, zaangażowania, eksplodujący pomysłami. Dzięki naszej energii zrodził się innowacyjny produkt, który podbił rynek, a przede wszystkim serca odbiorców, znużonych przewidywalnymi nagrodami. Daliśmy coś, co wywołało lawinę zachwyty, rozpętało burzę pozytywnych opinii, i tak jest do teraz: „Polecam firmę i jej projekty - dla mnie nr 1 na rynku!”.

Polska marka (jesteśmy z tego dumni) wykreowała nowy, ciekawy wizerunek produktów personalizowanych:

Medale bez ograniczeń – w najbardziej wymyślnych, oryginalnych kształtach, w trójwymiarze, pełnym kolorze, personalizowane, wieloelementowe, w każdej liczbie i w ekspresowym tempie (nawet w ciągu 5 dni roboczych). **Statuetki i trofea** od prostych, minimalistycznych form po nietypowe rzeźby bogato zdobione, z efektem 3D, pełną personalizacją, z przeróżnych materiałów fantazyjnie łączonych. **Nieszablonowe otwieracze ze stali nierdzewnej**, o każdym kształcie, monochromatyczne lub wielobarwne, tworzące spójne kolekcje z medalami i statuetkami.

Nasze produkty doskonale wpisują się w charakter i cel eventów, wydarzeń i imprez biznesowych. Kształtują wizerunek firmy w oryginalny sposób, promują markę, przyciągają uwagę (mówi się o nich na długo po imprezie), są doskonałym przypieczętowaniem integracji, zacieśnienia relacji z Klientami. Nasze produkty to nie tylko ładny gadżet, to bardzo skuteczne narzędzie marketingowe, które podnosi prestiż firmy, zawiera wyraźny przekaz: „jesteśmy najlepsi, możesz nam zaufać, damy Ci jakość najlepszą na rynku”.

Mieliśmy przyjemność realizować ciekawe zlecenia dla wielu znanych marek i czołowych organizatorów imprez: PGE, Google, BMW, Orange, WOŚP, Rolls-Royce, Danone, Fundacja Otylia, ORLEN WARSAW Games, Groupon, Bank Polski i wiele innych.

Każde zlecenie jest dla nas wyjątkowe, jednak duże, prestiżowe eventy i wydarzenia biznesowe nakręcają nas podwójnie, jesteśmy na fali, zaskakujemy pomysłami. Sprawdzamy się też organizacyjnie (jesteśmy mistrzami w organizacji pracy pod presją czasu) – produkujemy dużo, w błyskawicznym tempie, zawsze terminowo.



GALITSYNA
ART GROUP



GWIEZDNE SHOW

MALOWANIE ŚWIATŁEM



MALOWANIE PIASKIEM

+48 881 316 427
www.galitsyna-show.com
office@galitsyna-show.com

DEDYKOWANE
POKAZY SZTUK
WIZUALNYCH
NA EVENTY



TWORZYMYS WYJĄTKOWE WRAŻENIA

Zapraszamy do naszego
technologicznego świata
e-mail: biuro@tse.com.pl
www.tse.com.pl



Nagroda MP Power Awards 2018
w kategorii: projekt, oprawa wizualna

Oświetlenie
Multimedia
Nagłośnienie
Sceny i akcesoria
Konstrukcje i zadania
Mechanika sceniczna
Black Trax
Disguise
Kinex