

V edycja Konferencji: ODBUDUJMY POPYT NA EVENTY!



EVENT MIX

Temat tegorocznej konferencji, która odbyła się 9 września podczas targów FestiwalMarketingu.pl, brzmiał - Odbudujmy popyt na eventy! Ponad 100 uczestników wysłuchało optymistycznego wystąpienia Bartosza Bieszyńskiego (Koordynator Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń - TUgether).

W drugiej części konferencji wystąpili członkowie MPI Poland Chapter z programem przygotowanym specjalnie na EVENT MIX: Barbara Świdorska (Prezes Zarządu Grupa DE Sp. z o.o.), Nina Żukowska (Założycielka platformy edukacji eventowej Świat Eventów), Krzysztof Bratek (Współzałożyciel agencji Magenta Group Events), Monika Dymacz-Kaczmarczyk (Dyrektor zarządzający Exprofesso), Anna Nowakowska (CEO MICE & Venue Consulting, Dyrektor sprzedaży i marketingu w RAJT Hale namiotowe), Dominik Górka (Dyrektor Kreatywne Live Age, członek zarządu KAE SAR), Krzysztof Celuch (Właściciel/ Dyrektor zarządzający Celuch Consulting).

Po raz kolejny na hali znalazła się STREFA EVENT MIX, gdzie można było spotkać się z dostawcami branży eventowej.

Partnerzy Wydarzenia



Partner Merytoryczny



Partnerzy medialni



www.eventmix.com.pl

PROFESJONALNIE
KOMPLEKSOWO
WYGODNIE

GALE
KONCERTY
KONGRESY
KONFERENCJE
EVENTY ONLINE

KOMPLEKSOWA OPIEKA TECHNICZNA
DEKORACJE I ELEMENTY
SCENOGRAFICZNE
WIRTUALNE STUDIO
TŁUMACZENIA
SYMULTANICZNE
NAGŁOŚNIENIE
OŚWIETLENIE
MULTIMEDIA
KONSTRUKCJE

KONTAKT
+48 602 634 289
BIURO@EVENTROOM.PL

@eventroompl

@eventroom_warszawa





Bartosz Bieszyński
Koordynator Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń - Together

2b or not 2b? Czyli jak wytrwać żeby przetrwać? Perspektywa branży spotkań na najbliższe lata

Najważniejszym elementem EVENT MIX był fakt, że spotkaliśmy FACE TO FACE, a nie FACE TO ZOOM. W końcu można było porozmawiać bezpośrednio, przekazać sobie najważniejsze informacje, wymienić się poglądami i inspiracjami na nadchodzące miesiące (i to wszystko w końcu przy stoliku koktajlowym - yes!).

Oczywiście „punkt startowy” i moment konferencji jest niezmiernie trudny dla całego przemysłu spotkań i wydarzeń. Popyt odbudowuje się mozolnie i przede wszystkim perspektywa jego dynamiki staje pod wielkim znakiem zapytania (wróży praktycznie z fusów). Do tego dochodzą kończące się programy wsparcia ze strony administracji państwowej. Tutaj należy jednak pamiętać, że najtrudniejszy okres tj. marzec – czerwiec jest „za nami” i nie ma co spoglądać w przeszłość. Pamiętajmy też, że spowolnienie w naszym sektorze jest zjawiskiem globalnym, nie lokalnym, więc to od trendów światowych i przede wszystkim ogólnej sytuacji epidemicznej będzie zależeć dalszy rozwój naszej gałęzi gospodarki.

Bardzo ważny w tym zakresie jest powrót pracowników korporacji do biur, bo jak możemy mówić o możliwości organizacji spotkań dla grupy dajmy na to 200 – 300 osób, kiedy nikt nie rusza się z własnej sofy czy kuchni? To jest przede wszystkim kluczowy czynnik psycho-społeczny, który stanowi pierwszą barierę w organizacji spotkań. Bez jego pokonania nie będzie można mówić o powrocie „do normalności”. Niestety musimy też mierzyć się ze spowolnieniem gospodarczym, które dotyka zarówno wielkie firmy, jak i gospodarstwa domowe. Każdy zatem oszczędza w myśl zasady „na wszelki wypadek”. Owa oszczędność oznacza, że budżety na organizację spotkań i wydarzeń będą w najbliższym czasie limitowane.

Dobłą wiadomością jest natomiast coraz bardziej widoczny trend „wysycenia” się projektami stricte digitalowymi. Okazuje się, że odbiór nagrody „pracownika roku” w szlafroku gdzieś między domową toaletą, a sofą przy szczerkającym jamniku generuje zupełnie inne emocje niż w tzw. „realu”. W związku z tym mamy aktualnie wysyp projektów hybrydowych zarówno w formie jesiennych realizacji, jak i procesów ofertowych na wiosnę 2021. To bardzo dobry znak, gdyż tego typu realizacje generują wyższe przychody niż eventy online więc jest szansa na większą płynność finansową przedsiębiorstw

w naszym segmencie. Osobiście również uważam, że w tym roku (2020) będziemy mieli do czynienia ze spadkiem przychodów na poziomie 80-95%, w 2021 szacowałbym, że będzie to ok 45-60%, a w 2022 (oby!) ok 25%. Oznacza to, że popyt będzie obudowywał się w tempie 2-3 letnim (takie też są prognozy światowych ekspertów).

Najważniejsze jest zatem żebyśmy ten okres po prostu przetrwali. Jako firmy. Jako ludzie. Jako przemysł. Istotne w mojej opinii w tym zakresie będzie działanie w oparciu o wartości, o których powinniśmy wszyscy pamiętać. Przede wszystkim ludzie, ludzie i jeszcze raz ludzie. Co nam po popycie, kiedy w branży nikt nie zostanie? Dlatego tak ważne jest utrzymywanie relacji i planowanie wspólnej trudnej przyszłości z pracownikami, których bardzo często od przysłowiowego „dzieciaka” wychowywaliśmy. Musimy tutaj opierać się na prawdzie i przede wszystkim partnerstwie w całym ciągu dostaw od konferansjera po klienta końcowego. Nade wszystko jednak pamiętajmy, że jeżeli ktoś z Was myśli, że to już „koniec” - trzeba związać żagle i otwierać sklep z polską żywnością na Islandii, to jeszcze absolutnie nie ten moment! Come on! Potrzeba spotkań i doświadczania emocji/ budowania relacji jest kluczową potrzebą międzyludzką i biznesową. Ona nigdy nie zniknie podobnie jak James Bond, który w listopadzie powraca pod hasłem #NoTimeToDie. Do zobaczenia zatem na scenie!



Nina Żukowska
Założycielka platformy edukacji eventowej Świat Eventów, członek MPI Poland Chapter

Storytelling jako narzędzie wykorzystywane w kreacji i strategii

Storytelling w eventach – i wtedy na tym evencie byłem jak Tommy Lee Jones w Ściganym. Czy storytelling to moda, trend czy skuteczne narzędzie? Czy poza budowaniem marki lub działań komunikacyjnych nadaje się również do eventów? Postanowiłam rozłożyć ten temat na czynniki pierwsze łącząc swoje pasje do eventów, narracji filmowej i sztuki reżyserskiej.

Analizując różne teorie związane ze storytellingiem oraz narracją mój główny wniosek jest taki, że storytelling w eventach możemy interpretować na dwa sposoby:

- storytelling jako opowiadanie historii firmy/marki/produktu poprzez event, który wzmacnia przekaz na poziomie fizycznych, namacalnych doświadczeń odbiorcy lub
- storytelling jako historia, do której zapraszamy uczestników wydarzenia, którzy stają się jej bohaterami. W tym przypadku produkt/firma/marka są tylko elementami tła całej opowieści.

Zobaczmy, jak to wygląda na konkretnych przykładach.

Wyobraź sobie event, którego celem jest zaprezentowanie nowej siedziby pracownikom. Głównym motywatorem przedsięwzięcia jest budowanie więzi między pracownikami oraz poczucia przynależności z zakładem pracy. Komunikatem przewodnim ma być wspólne celebrowanie ważnych decyzji w rozwoju firmy. Okazuje się, że właściciele to dwójka przyjaciół od czasów studiów, którzy zawsze trzymali się razem i dlatego wspólnie postanowili budować swój biznes. Są totalnym zaprzeczeniem teorii „czwierkały jaskółki”, że nie dobre są spółki, a szczególnie z przyjaciółmi”.

Bardzo ważną wartością firmy są relacje, owartość i wzajemne wsparcie. Właściciele wierzą, że razem znaczy więcej niżeli „ja” i taką postawę promują wewnątrz kultury organizacyjnej. A teraz przypomnij sobie serial „Przyjaciele”.

Czy pamiętasz, jaka atmosfera panuje w tym serialu? Jakie wartości za sobą niesie i jaki jest jego emocjonalny wydźwięk? A gdyby tak prezentacja nowej siedziby firmy była jak domówka w klimacie tego kultowego serialu...

Tym sposobem stworzyliśmy właśnie pierwszy element historii, czyli motyw przewodni, którego przekaz pokrywa się z wartościami firmy. Potrzebujemy jeszcze bohatera oraz jego perypetii. W naszym przykładzie głównymi bohaterami będą właściciele, których nowe lokum jest kolejnym etapem ich podróży zawodowej. Bardzo ważne jest, aby przeznaczyć podczas eventu przestrzeń, do opowiedzenia ich niezwykłej historii wykorzystując różne środki wyrazu. Nowa siedziba, tak jak w „Przyjaciółkach”, staje się miejscem domowego ogniska dla wszystkich. W ten sposób spajamy firmę i wrzucamy ją w kanony kręgu przyjaciół.

Ale to nie wszystko

Dobra historia powinna kończyć się efektem „Aaaaaa”, kiedy to odbiorca jest zaskoczony lub czuje, że odkrył coś ważnego dla siebie. Historia naszych bohaterów może być poprowadzona na dwa sposoby.

Możemy teasować motyw i story naszych bohaterów. Wówczas efektem „Aaaaa” będzie to, co pracownicy zobaczą na evencie. Oznacza to, że bardzo duża część historii będzie opowiedziana zanim się wydarzy event, czyli na etapie komunikacji eventu. Drugim sposobem jest oczywiście zaprezentowanie story bohaterów dopiero na evencie, przy pomocy wszystkich punktów styku uczestnika z odbiorcą.

Uczestnik jako bohater Twojej opowieści

W drugim przypadku, kiedy to uczestnicy stają się bohaterami histo-

OTWARCIE - 15 grudnia 2020

NOWE SPA NA MAZURACH

REDUKCJA STRESU NA MIARĘ XXI WIEKU

rii danej firmy/marki/produktu, bardziej skupiamy się na stworzeniu narracji, która emocjonalnie zaangażuje odbiorcę, dając mu możliwość realnego odczuwania emocji. Świetnym przykładem jest tutaj czeska premiera butów Addidas Nmd (nomad).

To kolekcja dla osób, które uważają koczowniczy tryb życia za ich własny. Odważni, ciekawi i ciągle w ruchu. Podczas premiery do tajemniczego miejsca zaproszono pięćdziesięciu uczestników, którzy otrzymali zegarki z 60-minutowym odliczaniem i wskazówką, która doprowadziła ich do kolejnego miejsca, czyli starego spa w podziemiach firmy elektrycznej, które zostało przerobione na showroom prezentujący główne założenia kolekcji. Po upływie 60 minut zegarki zaczęły wydawać sygnały dźwiękowe, a goście-koczownicy byli przez animatorów ewakuowani dalej. Hasło, które im przyświecało to „always on the move”.

Kolejne wskazówki doprowadziły koczowników do słynnej wieży Zizkov, gdzie wszystkie przedmioty były odwrócone do góry nogami. Galeria na zewnątrz, samochody na suficie, a impreza nie na dachu, ale w garażu. Do wzmocnienia efektów medialnych dwunastu influencerów-koczowników opartych na archetypie bohatera, relacjonowało swoją podróż z miejsca do miejsca zgodnie z charakterystyką danego archetypu, generując zasięgi w mediach społecznościowych.

I chociaż storytelling w eventach wykorzystywany jest przez wielu, nie wszyscy zdają sobie sprawę z kluczowych elementów dobrej historii, która ma szansę wywołać w uczestnikach prawdziwe emocje, które w efekcie będą mogły zostać przetransferowane na markę/firmę/produkt.



Barbara Świdarska
Prezes Zarządu Grupa DE Sp. z o.o.,
członek MPI Poland Chapter

Doradztwo strategiczne - warte więcej niż ci się wydaje

Pod koniec czerwca członkowie MPI Poland Chapter ustalali nową strategię na najbliższe 12 miesięcy. Naszym pomysłem było podjęcie współpracy z OOH magazine podczas konferencji EVENT MIX, aby podzielić się swoją wiedzą, doświadczeniem i wnioskami na przyszłość.

Case pierwszych branżowych targów i konferencji to doskonały argument dla naszych klientów - że możemy w końcu działać. Małymi krokami, jak dziecko uczące się chodzić, ale idźmy do przodu.

Czas dany nam przez COVID, jest dla mnie, osobiście, czasem na ułożenie biznesu na nowo.

Podświadomie czujemy, że branża eventowa nie może funkcjonować tak jak do tej pory. Dlatego moja prelekcja dotyczyła narzędzia, którym możemy wesprzeć się w budowaniu oferty, tak by wynagrodzenie pojawiało się niezależnie, na każdym etapie pracy z klientem.



Monika Dymacz
Dyrektor zarządzający Exprofesso,
prezes MPI Poland Chapter

Samozarządzające się zespoły są bardziej skuteczne – prawda czy fałsz?

W trakcie swojej prezentacji pokazałam, jak na przestrzeni dziejów rozwijała się świadomość człowieka, a wraz z nią jak przeobrażały się organizacje. Podczas gdy modelowa jednostka funkcjonuje obecnie na najwyższym poziomie rozwoju, ze swoimi oczekiwaniami i potrzebami co do samorozwoju oraz holistycznego spełnienia w każdej sferze życia, to modele organizacyjne współczesnego świata wciąż tkwią mocno w przeszłości.

Każdy menedżer, właściciel firmy czy członek zespołu powinien mieć świadomość jak bardzo firmy są nieprzystosowane do potrzeb człowieka XXI wieku i nie bać się podejmować zdecydowanych i radykalnych działań w kierunku zmiany modelu organizacyjnego funkcjonowania – w kierunku tzw. modelu Turkusowej Organizacji, wg koncepcji Frederica Laloux. Uczestnicy konferencji dowiedzieli się, że samozarządzające się zespoły to jeden z trzech głównych filarów tego modelu, poznali założenia filozoficzne takiego podejścia oraz przykłady firm, które wdrażały i wdrażają oraz budują i ciągle rozwijają swoje strategie w oparciu o takie lub bardzo podobne założenia. Wszystkie te firmy charakteryzuje znacząca przewaga konkurencyjna, która wyróżnia je na tle innych firm z branży.

Organizacje, które pokazano jako modelowe, reprezentują różne branże, są różnej wielkości, różnej osobowości prawnej, kształtowały się w różnych kulturowo i geograficznie lokalizacjach, mają różne tradycje i czas funkcjonowania. Wszystko to pozwala na wysunięcie wniosku, że to właśnie ten charakterystyczny, Turkusowy model organizacyjny stanowi o ich sile, wyjątkowości, innowacyjności i przewadze rynkowej, która wyraża się w wymiernych wynikach finansowych i imponujących wskaźnikach świadczących o ogromnej lojalności i satysfakcji pracującego tam personelu. Wszystkie

te firmy odznaczają się silnymi, popieranymi przez wszystkich wartościami, wyrazistą tożsamością, nietuzinkowymi pomysłami biznesowymi i doskonałą jakością produktów i usług.



Anna Nowakowska
CEO MICE & Venue Consulting,
Dyrektor sprzedaży i marketingu w RAJT Hale namiotowe,
członek MPI Poland Chapter

Czy event w czasach COVID 19 może być bezpieczny? Jak właściwie przygotować event



Pałac Mała Wieś

Bezpieczna przystań dla Twojej firmy
na spotkania firmowe, konferencje i szkolenia.



Mała Wieś 40, 05-622 Belski Duży
45 minut od Warszawy
www.palacmalawies.pl

premium w plenerze. Checklista bezpiecznych eventów plenerowych

Miniony EVENT MIX pozostanie w moim sercu na długo. To pierwsze branżowe wydarzenie w czasach COVID-19. Jestem pełna uznania dla organizatorów gdyż wydarzenie przygotowano na najwyższym poziomie. Wśród uczestników widać było ogromną radość z możliwości spotkania ale również odczuwalna były obawy o przyszłość branży.

Te obawy są zrozumiałe i naturalne. Wiele firm walczy o przetrwanie, część zaczęła szukać nowych przestrzeni do działania. Bezpieczne eventy w czasach COVID-19 to wyzwanie, ale są one możliwe.

Eventowcy od zawsze, do kwestii bezpieczeństwa, przykładali dużą uwagę. Teraz bezpieczeństwo nabiera jeszcze szerszego wymiaru. Dla mnie jeden z nich to wymiar plenerowego eventu premium, zlokalizowanego w pięknych sceneriach i ekskluzywnych, bezpiecznych i otwartych halach namiotowych. Mają ogrom pozytywnych zastosowań w dobie panującego wirusa o czym świadczy m.in ilość realizacji plenerowych, które mieliśmy okazję jako firma współtworzyć w tym trudnym czasie. Wiele osób zdecydowało się przenieść swoje wydarzenia właśnie w plener tworząc #bezpiecznyevent i #bezpiecznewesele.

Bezpieczne eventy plenerowe premium to zdecydowanie jeden z trendów jaki pojawi się w pocovidowym świecie.

Zadbamy o Twoje bezpieczeństwo i komfort!

- Bezpieczna lokalizacja
- Troska o gości
- Kameralny pałac
- Bezpieczne wnętrza
- Ogromna przestrzeń
- Od zawsze bezpiecznie





Dominik Górka
Dyrektor Kreatywny **Live Age**, członek zarządu **KAE SAR**,
członek **MPI Poland Chapter**

Online i co dalej?

Jeszcze niedawno eventy w digitalu były wizją przyszłości. W tym roku, za sprawą pandemii, stały się oczywistą alternatywą. Ale przecież to o wiele więcej niż sposób na bieżące ograniczenia. Połączenie siły doświadczenia na żywo z zasięgami, technologiami i interakcją dostępnymi w onlinie to przyszłość komunikacji live.

Podczas wystąpienia starałem się pokazać, jak nie przegapić tej szansy. Gdzie szukać prawdziwej wartości w digitalu i jak łączyć go z eventem klasycznym. Jako argumenty posłużyły mi dane z badania i raportu „Eventy online 2020”.



Krzysztof Bratek
Współzałożyciel agencji **Magenta Group Events**,
członek **MPI Poland Chapter**

Sprzedaż dziś i jutro. Intencje, relacje, zaufanie

Precyzyjna sprzedaż nie marnuje zasobów agencji, zwłaszcza w niespokojnych czasach rynkowych. Tworząc system sprzedaży w czasach COVID, oparty na relacjach, należy budować go w oparciu o nowy styl zarządzania, w którym każdy pracownik jest odpowiedzialny za rozwój firmy.

Skupienie się na rozwiązywaniu problemów klienta – w przypadku naszej firmy – miało pozytywne odzwierciedlenie w formie supportu eventów i zwiększeniu zaufania do agencji. Podpisywane z klientami kontrakty na określony okres skutkują cyklicznym wynagrodzeniem agencyjnym. Klient oszczędza środki i przeznacza je na dodatkowe zabezpieczenia. W przypadku braku możliwości realizacji klient rozlicza tylko podstawową stawkę abonamentu za gotowość do pracy.

Monetyzacja poprzez powołanie nowych specjalizacji (koordynator ds. zdrowotnych lub covid specialist) to kolejna propozycja dla klientów, którzy chcą organizować eventy w mniejszym zakresie i bez udziału pośrednictwa agencyjnego, zabezpieczając jednocześnie swoje interesy.



Krzysztof Celuch
Właściciel/ dyrektor zarządzający **Celuch Consulting**,
przewodniczący regionu **EMEA MPI Foundation**,
założyciel **MPI Poland Chapter**

Foundrising - dlaczego warto - MPI Foundation

Fundacja Meeting Professionals International wspiera edukację i badania w całej branży spotkań. Jest to organizacja non-profit, która finansuje granty, stypendia i badania ogólnobranżowe wspierające globalny przemysł spotkań. Fundusze MPI przynoszą korzyści setkom członków i oddziałów na świecie. W sumie od 2017 roku przyznano 615 stypendiów, 32 dotacje, a w samym 2019 roku zebrano ponad 900 tysięcy dolarów na stypendia i wsparcie dla członków MPI.

Od 1 września br. MPI wsparło ponad 1200 członków znajdujących się w trudnej sytuacji dotkniętych COVID-19 za pośrednictwem funduszu utworzonego przez MPIF o wartości 250 000 USD. Fundusz umożliwia członkom pozostanie w zawodzie i zapewnia dostęp do zasobów branżowych oraz możliwości rozwoju.

Konferencja EVENT MIX była przede wszystkim spotkaniem na żywo, którego brakowało nam w tym roku, z praktykami i autorytetami, którzy chętnie dzielą się wiedzą zdobytą podczas wieloletniej pracy w branży eventowej. Moja prezentacja dotycząca fundraisingu i miała na celu ukazanie możliwości rozwoju oraz kanałów wsparcia jakie dają globalne organizacje, m.in. MPI.

MIEJSCE
NA TWOJĄ
REKLAMĘ



Jaka jest wartość przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce?

Organizacja spotkań i wydarzeń w 2019 roku wygenerowała szacunkowo 1,5 proc. PKB, a ich wkład w gospodarkę wahał się na poziomie 35 mld złotych – wynika z raportu Poland Events Impact 2019.

– Celem badania realizowanego w ramach projektu „Poland Events Impact – Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski 2019” było określenie ekonomicznego znaczenia spotkań i wydarzeń (m.in. społecznych, gospodarczych, biznesowych) odbywających się na terenie Polski i wskazanie ich wkładu w gospodarkę – mówi dr Krzysztof Celuch, kierownik zespołu projektowego Celuch Consulting, wykładowca SGTiH Vistula i Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

35 miliardów złotych, tyle w 2019 roku wynosił wkład spotkań i wydarzeń w gospodarkę Polski.

14 miliardów złotych to wartość dodana brutto.

16 miliardów uczestników (z kraju i zagranicy) wzięło udział w spotkaniach i wydarzeniach, które średnio trwały dwa dni.

220 tysięcy miejsc pracy zagwarantował przemysł spotkań w 2019 roku.

Zakres merytoryczny badań dotyczył aspektów ekonomicznych związanych z oddziaływaniem branży spotkań na gospodarkę kraju w odniesieniu do klasycznych elementów, tj. wartości dodanej, PKB i zatrudnienia. Analizie w trzech fazach projektu poddane zostały trzy grupy interesariuszy: uczestnicy, organizatorzy spotkań i wydarzeń oraz gestorzy obiektów. Uzyskane dane oraz model ekonometryczny oparty o dane Głównego Urzędu Statystycznego, mający na celu określenie wielkości wkładu przemysłu spotkań w gospodarkę narodową, pozwoliły na zrealizowanie założonego celu badawczego.

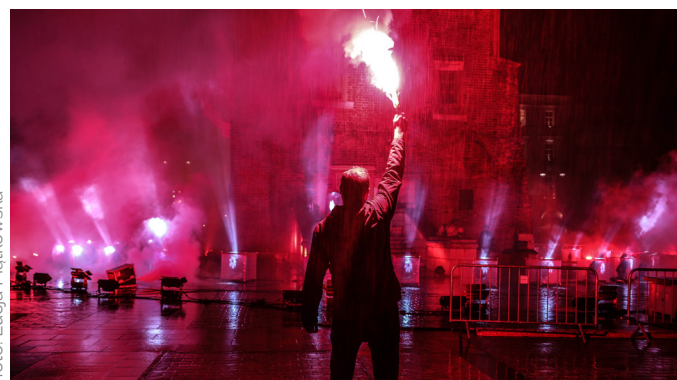
– Było to drugie tego typu badanie w Polsce, wcześniej sprawdziliśmy, jaki był wpływ przemysłu spotkań na gospodarkę Polski w 2015 roku. Z badania wynika, że ekonomiczne znaczenie przemysłu spotkań i wydarzeń zaliczyło wzrost – 2015 rok, było to ok. 1 proc. PKB, rok 2019 to 1,5 proc. PKB – podsumowuje dr Krzysztof Celuch.

Raport „Poland Events Impact 2019 – Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski” przygotował zespół naukowo-branżowy prowadzony przez Celuch Consulting, przy współpracy z ekspertami związani z Wydziałem Zarządzania i Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Meeting Professionals International Poland Chapter oraz Szkoły Główniej Turystyki i Hotelarstwa Vistula. Do grona autorów zostały zaproszone również Panie Profesor: Barbara Neuhofer (University of Applied Science z Salzburga), Jolanta Żyśko oraz przewodnicząca Rady Biznesu SGTiH Vistula Magdalena Kondas.

Projekt „Poland Events Impact 2019” został objęty Honorowym Patronatem Prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej. Partnerem wydania jest również Lubelskie Centrum Konferencyjne.



Z arch. Galicia Productions
foto: Lucja Piatkowska



RED ALERT!

#WeMakeEvents to międzynarodowy ruch mający na celu zwrócenie uwagi, że sektor wydarzeń pilnie potrzebuje wsparcia, aby przetrwać kryzys spowodowany przez COVID-19.

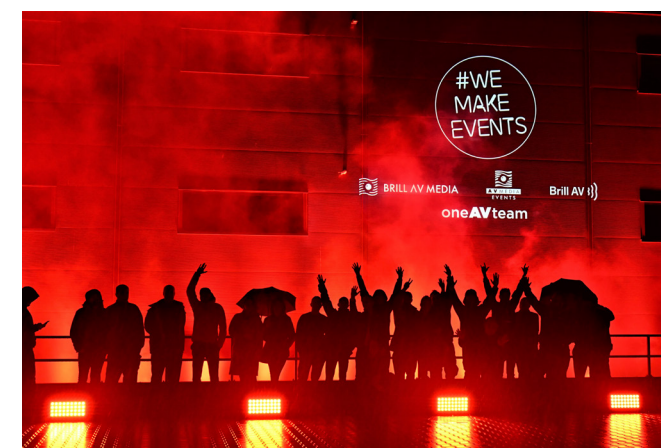
Przemysł spotkań, stanowiący obecnie ok. 12 proc. polskiego PKB, od marca br. pozostaje w zamrożeniu. Nie odbywają się główne festiwale, koncerty, wycieczki, targi oraz wydarzenia biznesowe. Sektor wydarzeń i tańców powiązanych z nim podmiotów jest zagrożony upadkiem. Miliony ludzi na całym świecie pozostają bez pracy. Jak podaje serwis Briefly pod koniec marca, 67 proc. firm i lokali z branży gastronomicznej i eventowej w Polsce wstrzymało całkowicie funkcjonowanie. Pół roku później – choć lokale i przestrzenie eventowe mogą z pewnymi ograniczeniami już działać – 9 na 10 przedsiębiorców deklaruje, że spadły im obroty w porównaniu do okresu sprzed wybuchu pandemii w marcu 2020 r. Podobna sytuacja utrzymuje się na całym świecie. Aby zwrócić uwagę na sytuację sektora spotkań PLASA – międzynarodowe stowarzyszenie zrzeszające podmioty z zakresu technologii usług branży wydarzeń i rozrywki, zainicjowało akcję #WeMakeEvents – RED ALERT – Stand as One.

30 września 2020 roku odbyła się globalna akcja, która zakładała artystyczne podświetlenie na czerwono charakterystycznych obiektów, w których w czasach przed pandemią COVID-19 organizowane były wydarzenia o charakterze kulturalnym, rozrywkowym, sportowym, biznesowym, targowym i wystawienniczym. W projekcie wzięło udział ponad 20 krajów, 2500 miejsc wsparło projekt #LightItInRed. Na czerwono zaświecili się obiekty na całym świecie, m.in. w USA, Australii, Brazylii, Hong Kongu, Nowej Zelandii, Afryce Południowej czy Wielkiej Brytanii. Do akcji dołączyły również polskie miasta. O godz. 20 lokalnego czasu na czerwono podświetlono między innymi Katowicki Spodek, Stadion we Wrocławiu, Pałac Kultury i Nauki w Warszawie, Europejskie Centrum Solidarności w Gdańsku oraz Wieża Ratuszowa w Krakowie.

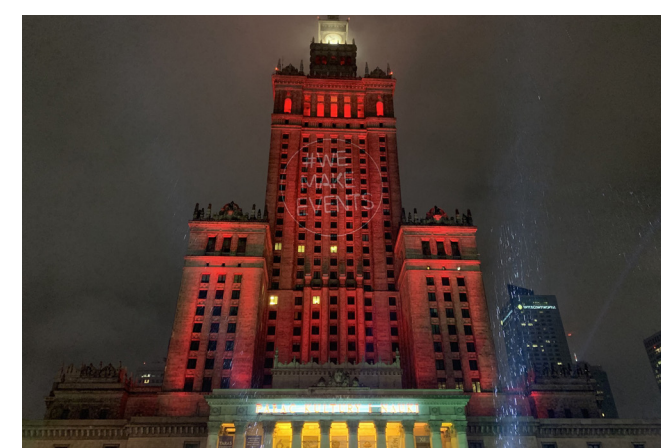
Fot. ARAM, Stadion PGE Narodowy



Z arch. Galicia Productions foto: Lucja Piatkowska



Fot. BrillAV Media



Źródło: Instagram We Make Events Campaign



Fot. Wojciech Dziwuk

Albo kobieta ma rację, albo mężczyzna się myli

Długo zastanawiałam się, co powinno znaleźć się w treści felietonu. Mam napisać o mężczyznach? Cóż, mogłabym w zasadzie mówić o nich dużo – czasem lepiej, czasem gorzej. Facet jak facet, też człowiek.

Nie jestem zatwardziałą feministką – uważam, że mamy prawo nazywać się kobietami, a mężczyzn – mężczyznami właśnie, ale mam również pełne przekonanie co do tego, że każda płeć ma swoje cechy, przywary, zalety i wady. Dla sytuacji kobiet zrobiono już wiele i warto to docenić. Czy wiecie, że w tym roku mija 25 lat od przyjęcia Deklaracji Pekinńskiej ONZ, która ma na celu wsparcie pozycji kobiet na całym świecie? To także 10 lat od utworzenia ONZ w Kwestii Kobiet, czyli jednostki ONZ poświęconej równouprawnieniu kobiet i mężczyzn. 5 lat temu natomiast przyjęto Cele Zrównoważonego Rozwoju, wśród których znajduje się równość płci.

O relacjach zawodowych kobiet i mężczyzn powiedziano już wiele – o szklanych sufitach, niższych płacach, czasem nawet złym, lekceważącym traktowaniu, które podszyte jest szyderczym uśmiechem i mruknięciem pod nosem – „baba”. Chyba trudno o bardziej pejoratywny wydźwięk sformułowania niż niesmiertelne „baba za kierownicą”. Ale czy naprawdę powinniśmy demonizować mężczyzn i nasze relacje? Moim zdaniem – nie.

Skoro poważny wstęp mamy już za sobą – przejdźmy do tego, w czym czuję się najlepiej, czyli opowieści dziwnej treści. Pracuję w męskim gronie i bardzo sobie to chwalam, gdyż mam szczęście kooperować z ludźmi, którzy szanują drugiego człowieka. Osobiście także jestem osobą, która ma swoje zasady i wartości, których nie naruszam i nie pozwalam naruszać ich innym. Dzięki temu nigdy nie odczułam dyskryminacji. Mogę mówić jedynie o przykładach ze swojej kariery zawodowej – branża eventowa ma swoje prawa. Tutaj wszyscy mówią sobie „na Ty” i wprost, dużo żartujemy, dokuczamy sobie, śmiejemy się z siebie i nie ma na to wpływu płeć ani żaden inny czynnik.

Jednym z kluczowych elementów podczas organizowania wszelkiego rodzaju wydarzeń jest prąd. Bez napięcia elektrycznego nie będzie napięcia w żadnym aspekcie – nie będzie napięcia się przed próbą, gdyż w zasadzie w takiej sytuacji nie będzie koncertu wcale, nie będzie napięcia dmuchańca, który to nie „dostanie” powietrza. Myśląc jednak nad owym zjawiskiem głębiej dochodzę to wniosku, iż może pojawić się tylko jeden rodzaj napięcia – przed spotkaniem z klientem, który finansował dany event. Aby jednak nie rozwijać wątków pobocznych, pozwolę sobie wrócić do wydarzenia, które za każdym razem wywołuje uśmiech na mojej twarzy. Powiedzmy sobie szczerze – na prądzie znam się umiarkowanie, coś tam wiem, ale do specjalisty mi naprawdę daleko. Chcąc zmienić ów stan rzeczy – jeden z kolegów postanowił podjąć nierówną walkę z rzeczywistością i wyedukować mnie w wyżej

wymienionej materii. Brzmiało to mniej więcej tak:

- Aga, pamiętaj, że gdy podłączasz prąd – robisz to tak, jak rozwija się drzewo. Czyli najpierw gruuuuby pień, a później ten pień musi się rozrosnąć, w coraz cieńsze gałązki. Zatem – najpierw masz ten ciężki kabel, siłowy, zobacz, tutaj jest gniazdo 63A, później tam jest skrzynka na 32A, 16A, a kolejno już możesz spokojnie podłączać zwykłe kable na 230, zobacz, tutaj jest 2,5, a tam leży „półtorówka” – tłumaczył.

Ok. Tutaj jeszcze nadażam. Następnie jednak przeszliśmy do bardziej skomplikowanych zagadnień – niestety nie jestem w stanie powtórzyć nawet 5% tego, co zostało w danej chwili powiedziane. Mój tęskniący za rozumem wzrok niemal krzyczy do kolegi, a móżg niemo pyta – „Tomek, dlaczego mi to robisz? Czemu muszę o tym słuchać i udawać, że się tego nauczę? Czy naprawdę sądzisz, że powierzenie sprzętu i życia ludzi w moje ręce ma sens? Czy na serio mamy potrzebę, abym taką wiedzę przyswoiła na tyle, by sobie radzić z totalnie niezrozumiałymi dla mnie zjawiskami?”. Jak widać błędnie poruszające się oczy przemówiły do litości mojego serdecznego kolegi, który nagle zatrzymuje swój niezwykle pasjonujący (przynajmniej dla Niego) wykład i mówi:

- Aga, magia to jest. Po prostu ja podłączę, a później dzieje się magia. Oddycham z ulgą i mówię – aaa, okej! Każdy z nas jest szczęśliwy i wraca do swoich obowiązków. Kobieta pracuje z wyobraźnią, a faceci wzrokiem. W mojej głowie już wzięłam łopatę i zasadziłam las, a Tomek po prostu widział skrzynkę pełną kabli. Jako kobieta postrzegam świat przez pryzmat zmysłów, jak czucie i słuch, a faceci wzrok. Ale czy to złe?

To wydarzenie pokazuje mi, że pewne kompetencje i działania powinny jednak zostać w męskich rękach. Czy naprawdę powinnam walczyć z tym, że czasem, gdy chłopaki na odprawie rozmawiają o totalnie niezrozumiałych dla mnie zjawiskach, dyskutują o konferencji w trybie on-line, łącach, „strimingach” i innych dziwnych objawieniach, a kiedy już wiem, że mi nie ubliżają, a rozprawiają o sprawach zawodowych, często przychodzi mi do głowy tylko jedna myśl, artykułowana bardzo wyraźnie – „Ej, chłopaki, to ja może kawę zrobić?”.

Może wiele Pań zarzuci mi, że nie „trzymam sztamę” z kobietami i powinnam je wspierać, bez względu na wszystko. Tak oczywiście zawsze jest, ale apeluję również do kobiet, aby docenić sytuację, w jakiej obecnie jesteśmy – zwróćmy uwagę, że żyjemy w wolnym kraju, mamy pełne prawa i możliwości rozwoju, jesteśmy szanowane, rozwijamy się, awansujemy, jesteśmy ambitne i możemy spełniać swoje cele i realizować pasje. Czasem warto to docenić. W sumie faceci są całkiem w porządku, a tak czy inaczej, przecież dobrze wiemy, że są tylko dwie opcje i możliwości – albo kobieta ma rację, albo mężczyzna się myli.

Agnieszka Ramiączek



Prezes Zarządu, dyrektor kreatywny w agencji eventowej ARK, absolwentka wydziału Prawa i Administracji UMCS oraz Języka Rosyjskiego Biznesu UJK. Od ponad 10 lat doskonali swe umiejętności organizatorskie i przywódcze prowadząc własną działalność gospodarczą. Kocha swoją pracę, podchodzi do niej z wielką pasją i ogromnym zaangażowaniem. Jest perfekcjonistką, nie jest łatwo sprostać jej oczekiwaniom, a poprzeczkę podnosi przede wszystkim sobie. Nieustannie odczuwa kompulsywną potrzebę rozwoju.



Europe's
No.1

Book
now



a&o Warszawa Wola

- Blisko dworca głównego
- Ponad 200 pokoi
- Śniadanie w formie bufetu gratis
- Duży parking
- Centralna lokalizacja
- Sala konferencyjna

a&o Warszawa Wola
Marcina Kasprzaka 18/20
01-211 Warsaw, Poland

CONTACT:

Daniel Szeliga
Sales Manager Poland
daniel.szeliga@aohostels.com
+49 151 406 59 206



Fot. źródło Canva

Pandemiczny złoty środek - wydarzenie hybrydowe

W dobie kryzysu spowodowanego pandemią, a co za tym idzie restrykcjami sanitarnymi, masowe spotkania w tradycyjnej formule „twarzą w twarz” są ograniczone. Wydarzenia hybrydowe to covidowy kompromis i zapowiada się, że zostaną z nami na dłużej. Dlaczego?

Lockdown uwypuklił brak spotkań, a to one stanowią kluczowy element działań informacyjnych i rozwojowych w firmach, zespołach, i co najważniejsze w codziennych kontaktach międzyludzkich. Bez wydarzeń, zebrań, mityngów nie da się prowadzić biznesu na najwyższym poziomie. To dzięki potrzebom organizacji wydarzeń i prowadzenia biznesu online nastąpił gwałtowny wzrost popytu na technologie wspierające organizatora oraz uczestnika e-spotkania. Wielu organizatorów corocznych eventów, unikając ich odwotywnia, przebudowało dotychczasową formę swoich imprez, znajdując przy okazji złoty środek - wydarzenia hybrydowe, łączące elementy eventu online i stacjonarnego. Jakie zalety niesie coraz popularniejszy eventowy „złoty środek”?

Skuteczność wydarzeń online&offline

Innowacyjne rozwiązania umożliwiają organizowanie spotkań zdalnie na takim samym poziomie, jak przed wybuchem COVID-19. Zorganizowanie skutecznego eventu offline dotychczas wiązało się z wieloetapowym procesem, wymagającym m.in. ustalenia celów, wysyłki zaproszeń, rejestracji, zaangażowania uczestników i zebrania danych. Dzięki przeniesieniu spotkań do sieci niektóre procesy znacznie się uprościły, a ze skuteczną technologią te etapy są nawet automatyczne.

Dzięki warstwie technologicznej wydarzeń hybrydowych, np. integracji z platformami do streamingu, organizator i uczestnik zyskują przede wszystkim łatwiejszy dostęp do miejsca wydarzenia, jakim jest wirtualny pokój. Uczestnicy mogą zająć miejsce przed komputerem i wziąć udział w dużej konferencji w zaciszu własnego biura czy domu. Przy czym wirtualna obecność nie ogranicza możliwości uczestnika takiego eventu. Dzięki skrojonej na miarę technologii

ma on dostęp do tych samych narzędzi, z których korzystają osoby zgromadzone stacjonarnie. Może zadawać pytania, wziąć udział w głosowaniu, odbywającym się podczas konferencji oraz zwyczajnie porozmawiać z pozostałymi uczestnikami w trakcie czy po wydarzeniu. Wszystko odbywa się bowiem w czasie rzeczywistym.

Cel? Bez zmian

Jednak najważniejsze jest to, że cele eventów się nie zmieniają. Organizatorom zależy na przekazaniu pewnych informacji i na komunikacji dwukierunkowej: możliwości networkingu pomiędzy uczestnikami, wymianie doświadczeń oraz dostarczeniu ciekawych wrażeń uczestnikom. Ważne jest również bezpieczeństwo - wydarzenia hybrydowe są odpowiedzią na tę potrzebę. Obecnie eventem jest każde wydarzenie - spotkanie zespołu, konferencja oraz walne zgromadzenie, a podczas każdego wydarzenia najważniejsi są uczestnicy. Wszelkie działania spółek technologicznych, wspierających wydarzenia hybrydowe, powinny skupić się na kliencie (jest nim nie tylko organizator, ale także uczestnik takiego wydarzenia). W Eventory np. dopasowujemy platformę do jego potrzeb bez wyjątku, bo inne wymagania ma organizator konferencji hybrydowej, a inne korporacja organizująca z naszą pomocą cotygodniowe e-zebrania zespołów. Dbając o uczestnika, zwiększamy jego zaangażowanie w spotkanie: pozyskujemy od niego wiarygodne opinie o wydarzeniu.



Fot. źródło Canva

Po każdym eventcie ważne jest zbieranie danych, aby móc ocenić skuteczność wydarzenia i stwierdzić, czy inwestycja w jego organizację się opłacała. To ostatecznie jest podstawą do dalszych decyzji o przyszłości i formie eventów. A ta przyszłość zgodnie z ankietami jest taka: według nowego sondażu przeprowadzonego przez PCMA aż siedmiu na 10 respondentów przeniósł swoje spotkania twarzą w twarz częściowo lub całkowicie na platformę wirtualną i wielu uważa to za długoterminowe rozwiązanie.

Andrzej Targosz



zaangażowany w fundusz inwestycyjny Bitspiration Booster, który opiera się na ludziach z praktyczną wiedzą o technologiach.

Założyciel i CEO Eventory, spółki wspierającej technologicznie przedsiębiorstwa w budowaniu zaangażowania pracowników i klientów poprzez efektywne spotkania i wydarzenia. Odważnie inwestuje w odnoszące sukcesy start-upy takie jak: Estimote, Jivr, Vbionic, Stat-social. Założyciel kilku firm technologicznych oraz agencji eventowej PROIDEA. Jest również

MIEJSCE NA TWOJĄ REKLAMĘ DZIAŁ EVENT



Zwykle o tej porze zastanawialiśmy się nad wyborem odpowiedniego miejsca na event kończący rok. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom Klientów zwracamy uwagę, że Lubelskie Centrum Konferencyjne to idealna przestrzeń do organizacji spotkań, zebrania zarządu czy gal podsumowujących tegoroczne dokonania. Nowoczesny wystrój sprzyja spotkaniom biznesowym w formalnym i mniej formalnym charakterze. Różnorodność sal oraz prestiżowy charakter naszego obiektu stwarzają idealne warunki organizacyjne. Uniwersalne przestrzenie o powierzchni od 55 m² do 535 m² z bogatym wyposażeniem konferencyjnym pozwalają na dowolną aranżację sal. Doświadczenie zespołu gwarantuje sprawne przygotowanie eventów. Bezpieczeństwo obiektu, duża przestrzeń i innowacyjne rozwiązania sprawiają, iż jesteśmy gotowi podjąć się organizacji każdego spotkania.

Lubelskie Centrum Konferencyjne
tel. 81 718 09 69 | lck@lcklubelskie.pl | www.lcklubelskie.pl



Marzysz o idealnym eventcie? W Święta marzenia spełniają się w hotelu Natura Mazur. Podziękuj pracownikom za ten wymagający czas, pokaż najlepszym Klientom, że doceniasz ich towarzysztwo. Pozwólcie sobie na chwilę relaksu i naładujcie wspólnie baterie na kolejny rok pełen wyzwań. To fantastyczna okazja do wspólnej integracji połączonej z wyjątkowym klimatem Świąt.

Przygotowaliśmy dla Was odpoczynek poza miastem gdzie możecie skosztować unikatowej kuchni bazującej na regionalnych, lokalnych dostawcach. Świąteczna atmosfera, dekoracje, oprawa muzyczna, prezenty, Święty Mikołaj, animatorzy dla najmłodszych, klub nocny dla wprawionych, a do tego regeneracyjne zabiegi w SPA i relaks w zewnętrznym jacuzzi - to i wiele więcej na Wasze życzenie jest możliwe do spełnienia w hotelu Natura Mazur.

Natura Mazur Resort & Conference****
tel. 533 354 044 | konferencje@naturamazur.pl | www.naturamazur.pl



M-DUO od ponad 13 lat dba o swoich klientów w okresie Świątecznym! Zapraszamy do korzystania z naszych wyjątkowych w tym czasie usług. Śliczne Mikołajki, przywitają Państwa goście oraz pomogą Mikołajowi, który i tym razem zgodził się znaleźć w naszej ofercie. Śnieżynki zaopiekują się dziećmi, zorganizują zabawy o tematyce świątecznej, a Elfy pomogą przy organizacji zaplecza - zaopiekują się sprawami technicznymi, nagłośnieniem i czym tylko będzie potrzeba! Oczywiście, zgodnie z tradycją posprzątają po sobie. Oferujemy pomoc w wymyśleniu, tworzeniu i pakowaniu prezentów oraz przygotowywaniu gadżetów świątecznych - np. ręcznie robione stroiki na stoły (hit ostatniego roku!). Możemy nawet zorganizować wspólne kołędowanie, ale przy okazji zapewniamy - nie trzeba znać tekstów. Elfy pomogą dostarczyć prezenty klientom na terenie całej Polski.

M-DUO
tel. 692 175 709, 602 413 007 | biuro@m-duo.pl | www.m-duo.pl



Dzięki bogactwie wzorów, jesteśmy w stanie funkcjonalnie i ciekawie zagospodarować małe pomieszczenia, jak i duże powierzchnie eventowe. Event prowadzimy od zbudowania spójnej z klientem wizji aranżacji, opcjonalną jej wizualizację technologią 2D lub 3D, po profesjonalny montaż, zgodny z wszelkimi zaleceniami epidemiologicznymi. Na życzenie klienta dokonujemy dodatkowej dezynfekcji mebli po skończonym montażu, a w ofercie posiadamy również stacje dezynfekcji rąk. Dzięki temu świąteczny event może być nie tylko zachwycający, ale i bezpieczny dla uczestników. Tworząc swój event świąteczny postaw na dostępne w naszej ofercie:

- podświetlane elementy led (choinki, kule, kostki),
- meble w tradycyjnych świątecznych kolorach lub nawiązujące do logo klienta,
- dodatki, które dodadzą przytulności (poduszki, lampy, dywany).

Colors of Design
tel. 531 606 608 | marketing@colorsofdesign.pl | www.colorsofdesign.pl



Bank Club, to miejsce niezwykle zarówno pod kątem designu jak i funkcjonalności. 1200m² wysublimowanej przestrzeni eventowej. Bank Club, to idealne miejsce do organizacji imprez firmowych, christmas party, eventów, imprez artystycznych, jubileuszy i prywatnych spotkań w kameralnym gronie. Klub posiada dwa niezależne wejścia do dwóch osobnych przestrzeni BANK CLUB oraz BLU CLUB. Daje to możliwość organizacji dwóch niezależnych imprez jednocześnie lub jednego, dużego eventu. Zapewniamy fachową pomoc potwierdzoną kilkunastoletnim doświadczeniem, doskonałą kuchnię i profesjonalną obsługę barmańską oraz pełne wsparcie techniczne co umożliwia perfekcyjną organizację każdego wydarzenia. Na BANK udana impreza!

BANK CLUB WARSZAWA
tel. 502 432 248 | michal@bankclub.pl | www.bankclub.pl



Star Event to nie tylko wypożyczalnia mebli eventowych oraz plenerowych stref VIP, tworzonych m.in. z ekologicznych mebli paletowych ale również firma, która może dla Państwa przygotować specjalną strefę do rozdawania prezentów oraz kąć dla najmłodszych.

Jeśli planujesz zaaranżować świąteczny kąć dla swojego Mikołaja oraz spędzić ten specjalny, świąteczny czas w miłej kameralnej i serdecznej atmosferze - Jesteśmy!

Zapraszamy do współpracy!

Star Event
tel. 730 360 700 | biuro@starevent.pl | www.starevent.pl



Spędź święta w najpiękniejszym obiekcie w okolicach Warszawy. Hotel Pałac Mała Wieś zaprasza na wigilijne spotkania firmowe w wyjątkowych wnętrzach, które zapewnią uczestnikom komfort i domową atmosferę. O oprawę kulinarną zadba Szeff Kuchni Sebastian Olma, który przygotował wyjątkowe menu, które uczestnicy mogą przygotować razem z nim na warsztatach kuchni świątecznej. Po wszystkim goście mogą zrelaksować się w SPA lub przestrzeniach rekreacyjnych, a zwłaszcza skorzystać z niezwykłego ogrodu. Atmosfera wigilijna i wyjątkowy charakter obiektu sprawiają, że Hotel Pałac Mała Wieś to najlepsze miejsce na podsumowanie roku i zabawę w dobrej atmosferze.

Hotel Pałac Mała Wieś
www.palacmalawies.pl



Event świąteczny do wyjątkowaokazja, by zaprezentować innowacyjne podejście firmy do organizowanych spotkań. Poszerzam ofertę obsługi technicznej wydarzeń o eventy online i hybrydowe. Spotkania z możliwością transmisji na żywo dają możliwość przekazania treści, prezentacji, materiałów video i dokumentów bezpośrednio na urządzenie uczestnika. Dzięki profesjonalnej transmisji każdy uczestnik wydarzenia ma możliwość bezpiecznego uczestnictwa w wydarzeniu na żywo z domu. Odbiorcy mogą aktywnie uczestniczyć w spotkaniu dzięki pytaniom do prelegentów, brać udział w ankietach, grach drużynowych, rozmawiać, w czasie rzeczywistym. Połączenie światów offline i online podnosi rangę wydarzenia i ma zdecydowanie większy zasięg. Stawiamy na doświadczenie, za nami kilkaset wydarzeń, setki prelegentów i niezliczone ilości zadowolonych uczestników.

Brill AV Media
tel. (22) 631 80 91 | biuro@brill.pl | www.brill.pl



xxx

Okres świąteczny to moment, w którym chcemy żeby zapadł w naszej pamięci. To czas pełen uśmiechu, radości i bez wątpienia powinien być wyjątkowy. Poczuj magię świąt nie tylko w gronie najbliższych ale również podczas imprezy firmowej dlatego wychodząc naprzeciw oczekiwaniom firm, które potrzebują osoby do poprowadzenia w taki sposób imprezy świątecznej, że będzie wspominana przez lata to nazywam się Mariusz Rusin i jestem odpowiednią osobą do prowadzenia wydarzeń ze szczególnym zaangażowaniem. W czasach trudnych COVID-19 dbam z niezwykłą starannością o gości jak i również o bezpieczeństwo wg. zaleceń sanitarnych. Komfort ludzi przed którymi prowadzę eventy jest dla mnie priorytetem dlatego jeżeli zastanawiasz się czy zatrudnić prowadzącego bądź nie wiesz kto spełni twoje oczekiwania to mogę śmiało napisać, że jestem do dyspozycji.

Mariusz Rusin

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

Firma
Numer | Mail | strona



xxx

xxx

Firma
Numer | Mail | strona

Firma
Numer | Mail | strona

REKLAMA
1 STRONA

HOTEL
POZIOM 511



Targi - trampolina biznesu

Nigdy nie miałem czasu na to, by napisać książkę. Czy też tak macie? Pewnego dnia wszyscy obudziliśmy się jednak w świecie, który na zawsze zmieniła panika. Gigantyczna fala strachu, przetoczyła się wraz z wirusem przez cały glob, niosąc ze sobą widmo zmiany w ludzkiej egzystencji.

Nakręcana przez media spirala grozy wdarta się nam do domów, biznesów i relacji tak drastycznie, że przestaliśmy dostrzegać zalety nowej sytuacji. Przecież w życiu nie ma nic pewniejszego niż zmiana, a to właśnie dzięki Covid19 wszyscy mogliśmy się dowiedzieć prawdy o otaczających nas ludziach. Przypomnij sobie na kogo mogłeś liczyć w tej nietypowej sytuacji, a komu Ty, bezinteresownie podałeś pomocną dłoń? To fascynujące, jak cała prawda momentalnie wyszła na jaw. Fakty są takie, że nie zmieniło się nic, a mamy po prostu więcej precyzyjnych informacji. Mimo wojen, kryzysów gospodarczych i epidemii, w dalszym ciągu największą wartość stanowi człowiek.

Człowiek i posiadany przez niego zapas papieru toaletowego idealnie odzwierciedlił swym zachowaniem manieri światowego biznesu. Od wprowadzenia chaosu na dynamicznych parkietach Wall Street, po zaburzenia w działaniu sennie prowadzonego sklepu na peryferiach Starachowic - wszyscy dostaliśmy „po dupie”. Część biznesów przeniosła się do sieci, pozbawiając się tym samym bezpośredniego kontaktu z drugim człowiekiem, a część wyparowała pozostawiając po sobie jedynie długi. Dla tych co przetrwali, nastął nowy czas.

To właśnie w tym momencie, zapraszam Cię do naszego świata, świata międzynarodowych targów. Miejsca, w którym za stolikami wielkiej gry wspólnie zasiadają starzy wyjadacze i świeży narybek, który zawsze po sztormie wyłania się z odmętów spienionych fal, krążąc w poszukiwaniu okazji. Dzięki książce, którą popętnięm w czasie lockdownu, dowiesz się nie tylko jak dryfować po wiecznie niepewnych wodach biznesu, ale przede wszystkim jak obrać kurs na wyznaczony cel i zaplanować swoją podróż w taki sposób, by ponieść jak najmniejsze straty. Gra się już rozpoczęła i nie będzie lepszego czasu, aby dołączyć do niej teraz. Czy masz odwagę podjąć wyzwanie czy pokornie opadniesz na dno?

Po co książka o targach?

Z dwóch powodów: by wspierać przedsiębiorców w trakcie planowania drogi biznesowej, jak i dla branży wystawienniczej, która zmagą się z jednym największych światowych kryzysów. Każdy, kto prowadzi w tym kraju działalność gospodarczą zasługuje na miano bohatera, a jako że Stoiska24 działają na rynku już od kilku lat, to przelałem na papier wszystko co wiem.

Uważaj czego sobie życzysz...

Powiem uczciwie, na początku chciałem tylko solidnie wykonywać robotę i przekazać całą zgromadzoną wiedzę. Wiadomo, książka to tylko wycinek pełnego spektrum branży, jednak podczas zapisywania kolejnych kartek okazało się, że za przemysłem wystawienniczym kryje się coś ważniejszego niż moja opinia - ludzie. Targi łączą ich oraz ich interesy, a jakość wykonanej roboty organizacyjnej, jest fundamentem na którym zarówno całe firmy jak i jednostki opierają dalej swe relacje. Prawdziwy walor pracy w branży targowej to kontakty z wyjątkowymi przedsiębiorcami oraz z towarzyszącymi im historiami. Jednostkami takimi jak Ty. Partnerstwo wysublimowanych person, z którym mam przyjemność działać, powoduje iż nie ma dnia, bym nie nauczył się czegoś nowego o otaczający mnie świecie. Ta wartość jest najważniejszym zyskiem, dlatego czuje obowiązek by podzielić się tym profitem ze światem.

Czemu zestawienie 100 podpunktów?

Bo łatwo się je tworzy i czyta. Wyszedłem z założenia, że ludzie lubią ostatnio okrągłe kształty i krągłe liczby, każdy przecież kojarzy 10 przykazań i słuchał listy 100 największych przebojów wszechczasów. Można oddać się lekturze z różną intensywnością i nie trzeba zagłębiać się w fabułę, by odkrywać istotne treści. To prosta słowa pomysłów, spostrzeżeń i usprawnień, która podzielona na odpowiednie sekcje, przyda się zarówno doświadczonemu wyjadaczowi, jak i zespołowi startupowych świeżaków.

Czego możesz się spodziewać w książce?

Literki „P”. Praktycznych porad, ponadczasowych prawideł, przśmiewczych podań i przekleństw. Do dyspozycji jest też więcej liter z alfabetu, więc na pewno nie będzie nudno. Bądź pewien, że nie będę ci mówił jak masz żyć, jedyne do czego Cię zaproszę, to byśmy spotkali się na targach.

Premiera książki „Targi- trampolina biznesu” będzie miała miejsce 6 grudnia 2020 r.

Karol Salawa



STOISKA24
Twardo stąpający po ziemi przedsiębiorca i wysokofunkcjonujący ekscentryk. Praktyk zawodu, specjalizujący się w branży targowej - Stoiska24.pl. Członek m.in. Polskiej Izby Przemysłu Targowego i Kongresu Polskiego Biznesu. Inwestor branży IT, autor książki z „Targi- trampolina biznesu”. Z powodzeniem prowadził i finalizował negocjacje handlowe z przedstawicielami największych brandów świata. Poprzez wdrażanie w życie innowacyjnych błędów, uzyskujący bezcennie trafne biznesowe efekty. Wojownik, strateg, wiking, uzależniony od sitowni i żelek. Człowiek, który nigdy nie schudnie, bo choć jest zawsze na diecie, to zazwyczaj na 3 równocześnie.



WWW.TRAMPOLINABIZNESU.PL

PREMIERA 07.12.2020

Fot. FestivalMarketingu.pl



Bezpieczna nowa normalność w Warszawskim Centrum Expo XXI

Po przerwie spowodowanej pandemią COVID-19, Expo XXI jest otwarte dla organizatorów i gości chcących uczestniczyć w wydarzeniach w nowej rzeczywistości branży spotkań. Przez ostatnie miesiące w Warszawskim Centrum Expo XXI wiele się działo!

Nasi klienci mogli skorzystać z multimedialnego studia, które dawało niemal nieograniczone możliwości aranżacji, czy też nagrać teledysk na multimedialnej scenie wyposażonej najnowszym sprzętem. Kinomaniacy spotykali się w kinie samochodowym, aby obejrzeć klasyki światowego kina i nie tylko. Wszystkie te aktywności odbywały się z zachowaniem reżimu sanitarnego.

Dbając o zdrowie i komfort naszych gości, już w lutym wprowadziliśmy pierwsze zmiany – zapewnialiśmy częstą dezynfekcję powierzchni wspólnych, płyny do dezynfekcji rąk w toaletach, instrukcje mycia rąk, itp. Po odmrożeniu branży w naturalny sposób dostosowaliśmy nasze przestrzenie do nowych wytycznych GISu i innych odpowiednich służb.

Expo XXI oferuje swoim gościom ponad 20 000 m² powierzchni, w tym 13 500 m² powierzchni w 4 halach (o wysokości od 10m do 12m, co poprawia cyrkulację powietrza) i salach konferencyjnych. Tak ogromna przestrzeń pozwala na organizację wydarzeń z zachowaniem dystansu społecznego oraz z przestrzeganiem wszelkich wytycznych Głównego Inspektora Sanitarnego (2,5m² na osobę, z wyłączeniem obsługi). Przygotowując EXPO XXI na powrót wydarzeń, kierujemy się bezpieczeństwem i komfortem organizatorów oraz ich gości. Nasz profesjonalny i doświadczony zespół dokłada wszelkich starań, aby nowa normalność była dla naszych gości jak najmniej uciążliwa.

Stosując się do zaleceń GISu, organizacja spotkań, kongresów czy targów, może być bezpieczna. Najważniejsze i bezwzględnie przestrzegane zasady to:

- Używanie środków ochrony osobistej,
- Zachowanie dystansu społecznego (1,5m – 2m),
- Częsta dezynfekcja powierzchni wspólnych,
- Częste mycie i dezynfekcja rąk.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom naszych klientów i gości, oferujemy możliwość skorzystania z całego wachlarza usług, które sprawią, że wydarzenie przebiegnie w sposób bezpieczny. Pierwszym udogodnieniem jest rejestracja online uczestników – dzięki niej unikniemy kolejek do rejestracji na miejscu oraz gromadzenia się ludzi. Jest to również spore ułatwienie w kwestii pozyskiwania zgody na przetwarzanie danych osobowych. Jeśli znajdzie taka potrzeba, odpowiednie służby otrzymają dostęp do danych kontaktowych, w celu podjęcia ewentualnych dalszych działań. Oferujemy również kontrolę liczby osób w obiekcie – to efektywny sposób pozwalający na przestrzeganie zaleceń służb sanitarnych, dotyczących limitu uczestników. Dzięki użyciu tego



Fot. FestivalMarketingu.pl

narzędzia, organizatorzy mogą skutecznie operować ruchem gości na terenie wydarzenia. Niekwestionowanym atutem Expo XXI jest dostęp do hal z kilku stron. Możliwe jest więc bezpieczne zaplanowanie ruchu w obiekcie dzięki wyznaczeniu osobnych wejść i wyjść. Dają one możliwość wydajnego przepływu gości z zachowaniem zasad reżimu sanitarnego. Doświadczony zespół Expo XXI służy organizatorom radą i pomocą w kwestii weryfikacji planu aranżacji przestrzeni. Podpowiemy jak wytyczyć wewnętrzne trakty komunikacyjne z uwzględnieniem ruchu jednokierunkowego, czy osobne wejścia i wyjścia dla gości. W celu sprawnej obsługi gości Expo XXI, gwarantujemy dostępność obiektu przez 24 godziny. Pozwala to na wydłużenie czasu trwania wydarzenia. W naszej ofercie znajduje się również opcja wypożyczenia bezdotykowych termometrów.

Artykuł sponsorowany

Organizatorów wydarzeń zachęcamy do rezygnacji z tradycyjnych form dystrybucji materiałów reklamowych. W ofercie usług dodatkowych Expo XXI znajduje się również wynajem ekranów LED, które z powodzeniem zastąpią rollup czy ściankę.

Jako operator miejsca, w sposób czytelny i jasny komunikujemy instrukcje dotyczące zasad higieny rekomendowane przez GIS. Serwis sprząający regularnie dezynfekuje powierzchnie wspólne, w szczególności: poręcze, guziki w windach oraz klamki, a obiekt zapewnia atestowane, zamykane kosze na odpady medyczne, takie jak zużyte maseczki czy rękawiczki. Filtry w centrach wentylacyjnych są regularnie czyszczone przy pomocy specjalnych środków biobójczych. Dzięki tym działaniom wentylacja obiektu pracująca w systemie 100% wymiany powietrza na świeże, działa jeszcze wydajniej.



Fot. FestivalMarketingu.pl

Nowa normalność branży spotkań po epidemii oparta jest na bezpieczeństwie oraz zachowaniu zasad reżimu sanitarnego. Jako obiekt wielofunkcyjny kładziemy duży nacisk na bezpieczeństwo naszych gości i klientów - jesteśmy gotowi na powitanie ich po przerwie! Jesienią nasz kalendarz, tradycyjnie, zapętnił się wydarzeniami, które mamy przyjemność gościć już od kilku edycji. Pierwszym spotkaniem po przerwie był FestivalMarketingu.pl. Organizatorzy zachwycili nas bardzo profesjonalnym podejściem do kwestii bezpieczeństwa. Wyposażyli wszystkich gości i wystawców w przyłbice, ustawili bramkę dezynfekującą, dokonywali pomiaru temperatury ciała, a na każdym kroku można było zdezynfekować ręce. To branżowe wydarzenie wytyczyło nowy kierunek dla przemysłu spotkań. Cieszymy się, że kolejny raz organizatorzy obdarzyli nas zaufaniem. I choć czasy są dla branży spotkań bardzo wymagające, wiemy, że razem uda nam się zorganizować bezpieczne i niezapomniane wydarzenia.

Daide Odella



Pracuje w Expo XXI od ponad trzech lat. Swoje zawodowe losy z branżą MICE związał już podczas studiów na Uniwersytecie Bolońskim, praktykując na stażu w agencjach eventowych, gdzie zajmował się organizacją wydarzeń kulturalnych – koncertów, wystaw i festiwałów. Sprawy osobiste związały go z polskim rynkiem, swoją pierwszą pracę w Polsce otrzymał w firmie eventowej Grupa Trip. W 2012 roku, za aktywną działalność na rzecz branży spotkań został uhonorowany nagrodą „Odkrycie Roku MPI Poland”, otrzymał też wyróżnienie w konkursie ICCA/EIBTM Forum for Young Professionals.

MATERIAŁ HOTEL ARŁAMÓW