Krakowski sposób na MICE

2019-01-04

Coraz większa świadomość korzyści wynikających z obsługi turystów biznesowych sprawiła, że na mapie destynacji MICE konkurencja jest dzisiaj naprawdę ogromna. Nawet niezła oferta turystyczna i dobra infrastruktura mogą nie wystarczyć, aby utrzymać atrakcyjność miasta czy regionu i przyciągnąć zadowalającą liczbę wydarzeń. Blisko cztery lata temu zdano sobie z tego sprawę w Małopolsce. I powołano do życia Kraków Network.

Jest koniec sierpnia br. Przychodzi wiadomość, że dwóch klientów zamierza przyjechać do Krakowa na wizytę studyjną praktycznie w tym samym czasie – w pierwszym tygodniu września. Na zaplanowanie pełnego harmonogramu ich wizyt pozostaje więc niewiele ponad tydzień. Każda grupa będzie składała się z kilku osób, z różnych części świata. Czasu jest mało…

Wszystkie ręce na pokład

Przedstawiciele pierwszego kongresu (The 24th Annual Meeting of the RNA Society), zaplanowanego na 2019 r., przyjeżdżali do Krakowa, by poznać możliwości miasta pod względem bazy hotelowej i gastronomicznej oraz potencjalnego programu towarzyszącego dla uczestników. Umowa na wydarzenie została podpisana już wcześniej, więc celem było jak najlepsze zaprezentowanie atmosfery stolicy Małopolski. Reprezentanci drugiego kongresu musieli dopiero zostać oczarowani miastem, trzeba było zaprezentować im też ofertę miejscowej branży MICE. Kraków był bowiem jedną z kilku rozważanych destynacji planowanego na 2020 r. wydarzenia (umowa jest jeszcze negocjowana). Przywołane wizyty nie są przypadkowe – w ich przygotowaniu pomogło zaangażowanie członków Kraków Network. W jaki sposób istnienie w mieście takiej komórki przełożyło się na sprawność działania? – Jako gospodarze wykazaliśmy się błyskawiczną reakcją, dużym zrozumieniem potrzeb organizatorów i udowodniliśmy, że polska gościnność nadal ma się świetnie – mówi Weronika Wirtel z zespołu sprzedaży ICE Kraków. W praktyce wyglądało to w ten sposób, że wiadomość z informacją o planowanych wizytach została wysłana przez zespół ICE Kraków (z którym skontaktowali się organizatorzy) do członków grupy. Deklaracje pomocy w przygotowaniu *site inspection* przyszły ze strony Kraków Convention Bureau, przedstawicieli miejscowych hoteli, restauracji, a także firm DMC. Kolejnym krokiem było ustalenie ramowego planu każdej wizyty. Dzięki współpracy pomiędzy przedstawicielami różnych sektorów branży MICE uczestnicy mogli liczyć m.in. na bezpłatne zakwaterowanie i tastingi, przede wszystkim jednak zwiedzili miasto i poznali jego ofertę MICE. – To była świetnie zorganizowana wizyta, dowiedzieliśmy się wszystkiego, czego potrzebowaliśmy. Spotkanie z zespołem ICE Kraków i członkami Kraków Network to prawdziwa przyjemność. Mam przeczucie, że kongres naszego stowarzyszenia w Krakowie będzie jednym z najlepiej zrealizowanych wydarzeń na przestrzeni ostatnich 20 lat – mówi Mary McCann z firmy Simple Meetings z USA, odpowiedzialnej za realizację kongresu RNA. Wszystkie krakowskie podmioty, które wzięły udział w tych projektach, miały możliwość zareklamowania swoich usług i zaprezentowania ich z praktycznej strony. – Staropolska gościnność w bardzo nowoczesnym wydaniu okazuje się kluczem do pozyskiwania kolejnych kongresów, konferencji czy wydarzeń biznesowych. Może dzięki temu Kraków utrwali swój nowy wizerunek miasta dynamicznego i nowoczesnego, które na co dzień pamięta także o sile historycznego dziedzictwa? Czas pokaże, ale wszystko wskazuje, że tak właśnie będzie – mówi Izabela Helbin, dyrektor Krakowskiego Biura Festiwalowego.

Chęć współpracy

Jak mówią przedstawiciele krakowskiej branży MICE dzięki inicjatywie Kraków Network całe

miasto weszło do całkowicie innej ligi miast gospodarzy kongresów. Główną ideą przyświecającą powołaniu do życia tego projektu było stworzenie silnej grupy biznesowej z różnych sektorów branży turystycznej, której działania wpłyną na zwiększenie liczby wydarzeń realizowanych w Krakowie. W charakter jej działalności wpisuje się też analiza kierunków rozwoju, skuteczności działań oraz monitoring ekonomicznych oddziaływań przemysłu spotkań na koniunkturę Krakowa i Małopolski. Pomysłodawcą inicjatywy było Krakowskie Biuro Festiwalowe, operator ICE Kraków. Pod koniec 2014 r. do udziału w projekcie zaproszono ok. 30 podmiotów. Dziś (stan na listopad br.) w bazie jest blisko 400 osób, reprezentujących prawie 200 podmiotów, które należą do sześciu grup tematycznych – Hotelarskiej, Gastronomicznej, PR, Kraków Future Lab, Krakowskiego Klubu Ambasadorów Kongresów oraz powołanej w październiku Grupy Eventowej. – To oczywiste, że podmioty, które współdziałają ze sobą na tym samym rynku i walczą o te same wydarzenia na co dzień, na samym początku podchodziły do tej koncepcji z pewnym dystansem. W naszej polskiej naturze nie leży dzielenie się informacjami i gra w otwarte karty. Wypracowanie standardów, w których pracujemy dzisiaj zajęło nam blisko 2,5 roku. Warto było zainwestować ten czas w pracę nad kierunkiem działania Kraków Network, ponieważ jest to wypadkowa oczekiwań uczestników spotkań, potrzeb klientów oraz możliwości naszego rynku – tłumaczy Izabela Helbin.

Konkretne korzyści

Spotkania Kraków Network to także platforma wymiany doświadczeń, wiedzy i dobrych praktyk pomiędzy ich uczestnikami. Odbywają się systematycznie raz na kwartał. Oprócz tego każda z grup tematycznych dyskutuje w mniejszym gronie, podobnie minimum raz na trzy miesiące. Są też bezpłatne szkolenia i warsztaty (m.in. ze storytellingu z Aleksandrą Więcką, czy z wystąpień publicznych z Michałem Zalewskim z Grupy PR-owej). Inne korzyści to budowanie sieci kontaktów, dostęp do kalendarza planowanych w Krakowie wydarzeń czy możliwość poznawania najnowszych trendów w marketingu oraz rozwoju technologii cyfrowych (jedno ze spotkań grupy Kraków Future Lab było poświęcone rozwojowi sztucznej inteligencji w przemyśle spotkań, inne dotyczyło odpowiedzialności organizatorów wydarzeń względem środowiska oraz działań proekologicznych podczas kongresów i konferencji).

Ważna komunikacja

Najważniejsze jest jednak zaufanie, którym uczestnicy zaczęli darzyć siebie nawzajem. Członkowie Grupy Hotelowej, znając kalendarium planowanych imprez mogą dzięki temu z odpowiednim wyprzedzeniem planować działania. Starając się o imprezy dla Krakowa, firmy PCO, DMC czy same obiekty mają pewność, że będą mogły zapewnić gościom wydarzeń odpowiednią liczbę miejsc noclegowych w określonym czasie. Z tej wiedzy korzystają także członkowie Grupy Gastronomicznej, którzy mogą składać oferty na obsługę cateringową na nadchodzące kongresy. Z kolei Krakowski Klub Ambasadorów Kongresów rozpoczął projekt prezentowania możliwości Krakowa pod względem organizacji konferencji w środowisku akademickim. – Razem z Paulą Fanderowską, która jest zastępcą szefowej KBF ds. ICE Kraków i z Małgorzatą Przygórską-Skowron, kierownik Kraków Convention Bureau odbyłyśmy już wiele spotkań z profesorami z różnych krakowskich uczelni, a także przedstawiałyśmy ofertę Krakowa podczas spotkań rad wydziałowych na Uniwersytecie Jagiellońskim. Świadomość, że mamy w Krakowie profesjonalną i potrafiącą ze sobą współpracować branżę spotkań, daje naprawdę duży komfort pracy – zapewnia Anna Jędrocha, prezes zarządu Symposium Cracoviense oraz Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce (SKKP).

Dobry wizerunek
Efektem współpracy SKKP, Polskiej Organizacji Turystycznej, Kraków Convention Bureau, ICE Kraków i członków Kraków Network była m.in. organizacja w ub.r. w Krakowie Gali Ambasadorów Kongresów Polskich. Co ciekawe, to właśnie osoby zaangażowane w działanie krakowskiej sieci wniosły w organizację tego wydarzenia kilka innowacji, które rozwinięto podczas tegorocznej Gali w Poznaniu. Mowa chociażby o nowej kategorii Mecenasa Kongresów Polskich. Lokalne środowisko akademickie, które brało udział w imprezie i które podczas kongresów pracuje z dostawcami usług oraz obiektami, wielokrotnie podkreślało, że wsparcie, jakie zapewnia zarówno Miasto Kraków, jak i specjaliści różnych dziedzin, podczas prac nad wydarzeniami jest bardzo pomocne. Podobne spostrzeżenia mają także potencjalni klienci z Polski i zagranicy. W rozmowach z nimi podczas targów IMEX czy IBTM World pojawiają się określenia takie jak: *„open-minded”, „unexpected hospitality”,* czy *„surprising cooperation on the worldwide scale”.* Małgorzata Przygórska-Skowron, która kieruje krakowskim Convention Bureau podkreśla, że wielokrotnie prezentowała możliwości wsparcia, jakiego Kraków może udzielić organizatorom wydarzeń. W tego typu spotkaniach (realizowanych właśnie w ramach Kraków Network) uczestniczyły firmy DMC i PCO. – Mam pewność, że jako uczestnicy rynku wszyscy mówimy jednym głosem i znamy swoje oferty. Naszym zadaniem jest łączenie poszczególnych podmiotów pracujących nad realizacją imprez, a także prezentowanie oferty miasta podczas imprez zagranicznych – mówi Małgorzata Przygórska-Skowron.

Oczywiście nie wszystko zostało jeszcze zrobione. Pracy do wykonania wciąż jest dużo. Przed członkami Kraków Network m.in. rozmowa o przejrzystych zasadach uczestnictwa agencji eventowych i dostawców AV w przetargach, stworzenie systemu rekomendacji dla krakowskich catererów oraz restauracji czy wypracowanie spójnego systemu komunikacji wizualnej.

Michał Zalewski