



Convention Bureaux przyszłości

2020-07-22

Zorientowanie na klienta, wprowadzające innowacje cyfrowe i pracujące w zespołach interdyscyplinarnych. Takie będzie zdaniem Dyrektora Zarządzającego GCB German Convention Bureau Matthiasa Schultze Convention Bureau w przyszłości.

ECM European Cities Marketing zapytało Matthiasa Schultze w cyklu LONG THINKER PANEL jak w przyszłości zmieni się rola Convention Bureaux. Dzisiaj główne zadania biur obejmują relacje z lokalnymi dostawcami i partnerami, a także klientami z kraju i zagranicy. Jakich usług będą w przyszłości oczekiwać klienci od CVB? Jakie struktury organizacyjne i umiejętności członków zespołu będą wymagane, aby działać sprawnie i być pionierem?

Pandemia COVID-19 spowodowała, że branża eventowa praktycznie z dnia na dzień przestała istnieć. Po stopniowym ponownym uruchomieniu będziemy żyć w stanie „nowej normalności”. Kilka megatrendów kształtuje branżę wydarzeń biznesowych od kilku lat, w tym cyfryzacja, zrównoważony rozwój i zwiększone zapotrzebowanie na bezpieczeństwo. Kryzys, związany z COVID-19 działa teraz jak potężny akcelerator - wszystko, co przewidywaliśmy na nadchodzące lata, nadeszło w ciągu dwóch tygodni i podobnie jak wielu innych graczy, Convention Bureaux stoją przed pytaniem, jak kształtować swoją przyszłą rolę.

Klienci będą oczekiwać usług indywidualnie dopasowanych do ich potrzeb. Między innymi narzędzia do analizy danych i interfejsy konwersacyjne, takie jak na przykład chatboty, mogą pomóc CVB w pełnym skupieniu się na tych potrzebach. W odniesieniu do ich lokalnych partnerów, jednym z podstawowych zadań przyszłych CVB będzie udostępnianie usług analityki biznesowej dostawcom, aby pomóc im lepiej zrozumieć potrzeby swoich klientów. Zmiana ta wymaga nowych umiejętności wśród członków zespołu CVB, w tym umiejętności w zakresie danych, umiejętności w zakresie IT i bezpieczeństwa IT, a także gotowości do pracy w zespołach interdyscyplinarnych.

Cyfryzacja i automatyzacja to dopiero początek: w coraz bardziej złożonym środowisku sztuczna inteligencja może pomóc nam opracować przełomowe nowe modele biznesowe i stworzyć nowe kryteria pomiaru sukcesu. Kluczem do sukcesu jest konsekwentna koncentracja na kliencie. Taka przyszłość wymaga intensywnego dialogu między wszystkimi zainteresowanymi stronami oraz ogromnej odwagi i gotowości do zmian. GCB pracuje z pełną mocą nad innowacyjnymi koncepcjami i nie może się doczekać, aby je zrealizować wraz ze swoimi partnerami. Niemcy są numerem jeden wśród europejskich destynacji kongresowych i zajmują drugie miejsce na świecie za USA. Głównym zadaniem GCB jest zabezpieczenie tej pozycji i praca na jej poprawieniu.