



Rok realizacji ambitnych planów!

2024-01-02

Rok 2023 w Targach w Krakowie zapisze się jako rok wyzwań, realizacji ambitnych planów i zmian w obszarze komunikacji firmy z otoczeniem biznesowym. Prowadzone działania przybrały nowy wymiar, który sprawił, że o wydarzeniach organizowanych przez Targi w Krakowie było głośno zarówno w Polsce, jak i na arenie międzynarodowej.

Przez 12 miesięcy firma udowodniła, że targi nadal są jednym z najskuteczniejszych narzędzi promocyjnych, że organizatorzy są w stanie zebrać w jednym miejscu i czasie dziesiątki tysięcy uczestników, że realizacja wydarzeń opiera się na przemyślanej strategii, a podstawą komunikacji jest podejście human to human.

Nie ilość a jakość

Słowem kluczem mijającego roku była jakość. Jakość pozyskiwanych na targach kontaktów, jakość organizowanych wydarzeń, jakość obsługi. Podczas udzielanych wypowiedzi wystawcy wielokrotnie podkreślali, że czuli się zaopiekowani na każdym etapie przygotowań, a zespoły organizacyjne robiły wszystko, aby sprostać najbardziej wymagającym wyzwaniom. Wystawcy zauważali również, że bardziej niż ilość liczy się dla nich jakość odbytych rozmów. Nie kryli zadowolenia, że odwiedzali ich klienci, którzy zadawali konkretne pytania i byli zainteresowani nawiązaniem długofalowych relacji.

Targi coraz młodsze

Targi młodnieją w oczach – to zdanie wielokrotnie powtarzano na branżowych spotkaniach. Przykładem mogą być Międzynarodowe Targi Stomatologiczne KRAKDENT®, które z roku na rok cieszą się rosnącą popularnością wśród młodych stomatologów. Jeszcze do niedawna targi kojarzyły się jedynie ze stoiskami i darmowymi gadżetami. Taka wizja powodowała, że niektórzy rezygnowali z udziału, podając argument, że „przecież w internecie można znaleźć to samo, a czasem nawet więcej”. Być może... jednak w internecie nie doświadczymy tych samych wrażeń, których doświadczamy na wydarzeniach. To właśnie dla niezapomnianych emocji, dla energii płynącej ze spotkań na żywo i dla możliwości poczucia się częścią danej społeczności, wielu uczestników bierze udział w targach, co sprawia, że coraz bardziej upodabniają się one do festiwali.

Dywersyfikacja działań

Podjęte w 2023 roku działania pokazały, że targi przestały być jedynie miejscem, w którym zawiera się umowy biznesowe. Obecnie służą również rozrywce i edukacji. W ramach wydarzeń organizowane są warsztaty czy szkolenia z kluczowymi ekspertami z branży, debaty i dyskusje ma tematy dla branży najistotniejsze. Udział w tego typu spotkaniach najczęściej jest darmowy, co stwarza niepowtarzalną okazję do zdobycia wiedzy, a nawet podniesienia kwalifikacji. Często tych samych ekspertów można spotkać na dużych, cenionych konferencjach – na nie jednak, w przeciwieństwie do targów, należy kupić bilet.

Strategia bleisure



W roku 2023 Targi zainicjowały wdrażanie strategii bleisure, polegającej na łączeniu obowiązków z przyjemnościami. Jak podaje Forbes, w 2022 roku aż 89% zapytanych o plany związane z podróżami służbowymi zadeklarowało chęć wzbogacenia ich o możliwość skorzystania z atrakcji, wydłużenia wyjazdu o kilka dni urlopu lub zabrania w podróż rodziny lub przyjaciół. Reagując na zmieniające się potrzeby wystawców i odwiedzających, Targi w Krakowie nawiązały współpracę z lokalnymi kawiarniami, klubami, restauracjami i muzeami – zachęcając tym samym do skorzystania z oferty miasta podczas delegacji na targi. Pomoc przy rezerwacji stolika w modnej restauracji czy miejsca w klubie zaowocowała zacieśnieniem relacji nie tylko ze stałymi klientami, ale także nowymi grupami odbiorców, zwłaszcza przedstawicielami młodszych pokoleń, którzy decydując się na udział w ewencie, zwracają uwagę na ofertę wykraczającą poza program samego wydarzenia. Takie działania umacniają więzi z lokalnymi biznesami, których współpraca jest kluczowa do zbudowania programu atrakcji łączących aktywności zawodowe z czasem wolnym.

Prestiżowe nagrody

W 2023 roku Targi w Krakowie udowodniły, że z powodzeniem mogą stawać w szranki z największymi agencjami w kraju zajmującymi się szeroko pojętą komunikacją. Firma została wyróżniona w konkursie Golden Arrow w kategorii „Experiental marketing – Event marketing – off line”, otrzymała nagrodę główną w konkursie PR Wings w kategorii „Zmiana biznesowa komunikacyjny game changer” oraz Złotego Spinacza w kategorii „Event komercyjny” w największym konkursie branży Public Relations – Złote Spinacze. Wszystkie nagrody zostały przyznane za strategię i działania komunikacyjne 25. Międzynarodowych Targów Książki w Krakowie®. Dużym sukcesem był również udział Targów w Krakowie w międzynarodowym konkursie UFI Marketing Award organizowanym przez UFI Global Association the Exhibition Industry. Podczas finału konkursu w Holandii zespół Targów w Krakowie zaprezentował strategię komunikacji 25. Międzynarodowych Targów Książki w Krakowie®.

Dobrostan pracowników

Dobre samopoczucie pracowników, w szczególności w branży eventowej, gdzie każdy narażony jest na duży stres, jest kluczowe dla dobrego funkcjonowania organizacji. Zarząd Targów w Krakowie wie, że związek wellbeingu z employer brandingiem powinien być mocny i trwały, dlatego w sezonie letnim, pomiędzy najbardziej intensywnymi miesiącami, proponuje pracownikom możliwość udziału w licznych aktywnościach. Przykładem mogą być dwumiesięczne zajęcia jogi, warsztaty z ceramiki lub boisko do siatkówki lub badmintona, które funkcjonowało przez wakacje w lobby EXPO Kraków. Kluczowa jest również integracja, dlatego bardzo często pracownicy sami wychodzą z inicjatywami np. organizacji wewnętrznej aukcji wspierającej Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy: każdy z pracowników wystawił do licytacji własnoręcznie wykonane produkty.

Dlaczego warto być real?

Podczas licznych wywiadów, przeprowadzonych z wystawcami w 2023 roku, wielokrotnie zadawaliśmy pytanie – czy pomimo dynamicznego rozwoju e-commerce spotkania na żywo nadal mają sens? 10/10 respondentów odpowiadało, że choć wszystko można aktualnie sprzedać i kupić w sieci, nic nie jest w stanie zastąpić bezpośrednich spotkań. W czasach, w



**Magiczny
Kraków**

których osamotnienie wskazywane jest jako jeden z rosnących i negatywnie wpływających na społeczeństwo trendów – takie odpowiedzi dają nadzieję. W końcu jedyną skuteczną receptą na przerwane więzi są relacje – stanowiące podstawę działania targów. Wraz z 2024 rokiem pojawia się kolejne pytanie, które chętnie zadamy wystawcom podczas wywiadów – czy ich zdaniem rozwój sztucznej inteligencji zagraża spotkaniom bezpośrednim? W naszym odczuciu nie, co więcej – może je zacieśnić. Czemu? Bowiem targi będące biznesowym hubem (w EXPO Kraków rocznie odbywa się blisko 100 wydarzeń o różnym charakterze: konferencje, kongresy, eventy, targi) staną się miejscem, w którym łatwo będzie zweryfikować, co jest prawdą, a co jest fake newsem. Spotkania na żywo są idealnym miejscem, gdzie głośno można powiedzieć „sprawdzam” i choćby dlatego warto spotykać się w realu.