Targi turystyki biznesowej EIBTM w Barcelonie - zamknięcie sezonu turystycznego

2014-01-24

W ubiegłym roku Krakow Convention Bureau uczestniczyło w licznych targach turystyki biznesowej. Promowaliśmy Kraków między innymi na Europe Congress w Budapeszcie, na targach CONFEX w Londynie, MEEDEX w Paryżu, IMEX we Frankfurcie, ECM w Kopenhadze, ICCA w Amsterdamie, M&I Forum w Atenach.

Rok 2013 zamknęliśmy targami turystyki biznesowej EIBTM w Barcelonie, gdzie krakowska oferta była prezentowana w ramach polskiego stoiska narodowego (F80) przez Krakow Convention Bureau, Krakowskie Biuro Festiwalowe oraz Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego.

4000 hosted buyers, 40 spotkań w ciągu trzech dni

W tegorocznej edycji targów uczestniczyło ok. 4000 hosted buyers oraz ok. 3000 wystawców reprezentujących m.in. przedstawicieli biur kongresów, hoteli, centrów kongresowych, korporacji, firm PCO i innych dostawców usług dla branży spotkań.
Podczas samych targów Kraków i Małopolska cieszyły się ogromnym zainteresowaniem. Przeprowadzono 40 rozmów biznesowych z potencjalnymi klientami zainteresowanymi organizacją spotkań i wydarzeń w Krakowie.Z rozmów wynikały konkretne deklaracje zorganizowania konferencji w Krakowie oraz włączenia Krakowa do oferty firmy.

Podczas targów goście najczęściej zadawali pytania dotyczące możliwości konferencyjnych Miasta, budowanych obiektów kongresowych, bazy hotelowej,
w szczególności oferty hoteli kategorii 5 i 4 gwiazdkowych, bezpośrednich połączeń lotniczych do Krakowa, liczby turystów oraz imprez cyklicznych. Zainteresowaniem cieszyła się również oferta incentive Krakowa i Małopolski.

Nowe kierunki w turystyce biznesowej

Podczas obecnych targów bardzo widoczny był trend poszukiwania przez organizatorów spotkań nowych destynacji. Obserwuje się przesyt Europą Zachodnią i wciąż powtarzającymi się kierunkami, co jest ogromną szansą dla państw i miast usytuowanych w Europie Centralnej i Wschodniej, w tym dla Krakowa.

Kraków już od kilku lat jest obecny na targach EIBTM, czego efektem jest coraz większa rozpoznawalność miasta wśród organizatorów spotkań z całego świata. Pomimo, iż większość gości nigdy nie była w Krakowie, miasto jest im znane, a opinia o nim tak dobra, że są bardzo zainteresowani zorganizowaniem tutaj spotkania.

Efektem rozmów biznesowych z konkretnymi klientami jest nie tylko zwiększenie wiedzy o mieście, ale też udzielenie odpowiedzi na precyzyjne zapytania dotyczące organizacji konferencji i innych wydarzeń z zakresu turystyki biznesowej.