

MICE Poland

MEETINGS • INCENTIVES • CONFERENCES • EVENTS

MAJ 2014 (5/127)

A portrait of Karol Kamas, a man with short brown hair and a beard, wearing a dark suit, white shirt, and a red and blue plaid tie. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression.

» Cele biznesowe muszą być jasno zdefiniowane

*Z Karolem Kamasem, wicedyrektorem
Departamentu Komunikacji Marketingowej
w Banku BGŻ, rozmawiamy o działaniach
event marketingowych i zasadach
współpracy z agencjami.*

- » (Nie)rzetelne portfolio
- » Event jako fundament skutecznego marketingu

Scrabble z McCANN Worldgroup

Agencje wchodzące w skład McCANN Worldgroup: Momentum (trade marketing), MRM/McCANN (digital) i Weber Shandwick (Public Relations) wygrały przetarg na opracowanie strategii i kompleksową obsługę ogólnopolskiego programu edukacyjnego Scrabble w szkole. Celem projektu jest popularyzacja gry Scrabble, jako narzędzia wspomagającego w nauczaniu języka polskiego, przedmiotów ścisłych, rozwijaniu umiejętności językowych i logicznego myślenia. Działania rozpoczną się pod koniec maja i obejmą w sumie ponad 700 szkół w całej Polsce. (mk) <http://mccannworldgroup.pl>

Siatkówka z Akademią Podróży

Akademia Podróży wprowadziła ofertę związaną z Mistrzostwami Świata w Piłce Siatkowej, które w tym roku odbędą się w Polsce. Najważniejszym elementem pakietów udział w meczach. Oprócz tego organizatorzy zapewniają uczestnikom posiłek, napoje i pamiątkowy gadżet związany z mistrzostwami. Istnieje również możliwość poszerzenia oferty o np. konferencję lub szkolenie, które odbywać się będzie przed lub po widowisku, nocleg, transport grup itp. Ceny podstawowego pakietu na mecz otwarcia w Warszawie (zawierającego bilet wybranej kategorii, lunch, pamiątkowy upominek dla każdego uczestnika, opiekę przedstawiciela Akademii Podróży podczas całego spotkania, ubezpieczenie uczestników od NNW) to koszt 845 PLN netto (bilety kategorii 1) i 545 zł netto (bilety kategorii 4). (mg) www.akademiapodrozy.pl

ICP Group dla NBP

ICP Group zwyciężyła w przetargu na organizację międzynarodowej konferencji Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju. Wydarzenie zorganizowane będzie pod auspicjami NBP w maju (14-16) na Stadionie Narodowym. Oprócz części merytorycznej zaplanowano także wydarcie towarzyszące w Arkadach Kubickiego i Teatrze Wielkim. W konferencji weźmie udział ponad 2000 osób z całego świata. Do zadań agencji będzie należało zapewnienie infrastruktury wraz z wyposażeniem, sprzętem i identyfikacją wizualną oraz niezbędnym personelem. Jednak to nie koniec współpracy ICP Group z tym klientem. Agencja wygrała również przetarg związany z koordynacją spotkań i konferencji organizowanych przez NBP przez okres dwóch lat. Łączna wartość obu kontraktów to ponad 10 mln zł. (mg) www.icpgroup.pl

Planiści z Włoch poznali zalety Polski

W ramach fam tripu 12. przedstawiciele włoskiego przemysłu spotkań gościło w Polsce. Włosi mieli okazję zapoznać się z ofertą konferencyjną i możliwościami organizacji podróży motywacyjnych w Polsce.

Wszystko rozpoczęło się w Warszawie, gdzie we współpracy z WCB zaprezentowane zostały takie obiekty jak Pałac Kultury i Nauki, Stadion Narodowy oraz Zamek Królewski – Arkady Kubickiego.

Kolejne dwa dni przeznaczone były na poznanie Krakowa. Program obejmował wizytację ICE Kraków, Kopalnię Soli w Wieliczce czy Starej Zajezdni Tramwajowej oraz Muzeum Fabryki Schindlera. Wielu wrażeń dostarczyła wyprawa na Wzgórze Wawelskiego i możliwości obejrzenia sławnej „Damy z lasiczką”.

– Nigdy wcześniej nie byłam w Polsce. Ten wyjazd pozwolił mi docenić kulturę i ducha innowacyjności. Poznałam smaki tej destynacji pozwolił nam sprzedawać ją w swoim kraju – powiedziała Olimpia Ponno, prezes włoskiego MPI.

– Ten wyjazd okazał się bardzo interesujący i użyteczny. Dzięki temu będę w przyszłości dokładnie wiedziała, jakiego typu wyjazdu i jakich klientów kierować do tej de-



Przedstawiciele włoskiego przemysłu spotkań na rynku w Krakowie.

stynacji – dodała Daniela Mengoli z agencji Tripware.

Za realizację programu odpowiadało biuro Holiday Travel. – Jako Poland Convention Bureau POT cieszymy się z każdej możliwości bezpośredniego zaprezentowania Polski naszym gościom. Zależy nam żeby w krótkim czasie przeżyli „swoją polską historię”, dotyczy to hasła promocyjnego „Polska. Come and Find Your Story” i zechcieli do nas wrócić. Wierzmy, że emocje pod-

parte profesjonalną wiedzą na temat możliwości organizacji spotkań w Polsce na dłużej zapadną w pamięć. Ważnym aspektem naszych podróży jest również zapoznanie gości z lokalną branżą. Stąd współpraca z regionalnymi convention bureau, oraz organizacja spotkań z rekomendowanymi profesjonalnymi organizatorami. Komentarze, które otrzymujemy od naszych gości to najczęściej pozytywne zaskoczenie, podziw

dla naszego rozwoju, historii, kultury i gościnności oraz stosunku jakości do ceny – powiedziała Aneta Książek z Poland Convention Bureau.

W Warszawie odbyło się również śniadanie networkingowe, w którym uczestniczyło dziesięć firm rekomendowanych przez Poland Convention Bureau POT. W tym: ICP Group SA, Vengo, Haxel Events & Incentive Sp. z o.o., Targi w Krakowie, Furnel Ravel, Mazurkas Travel DMC, Maestro Meetings & Incentives Sp. z o.o., DMC Poland, Grupa Trip, Holiday Travel. Uczestnicy mieli zapewnione zwiedzanie miasta oraz warsztat lepienia pierogów w restauracji Warszawa Wschodnia ulokowanej w Soho Factory.

Fam trip został zrealizowany we współpracy z Warsaw Convention Bureau i Kraków Convention Bureau. Fam trip miał miejsce w dniach 20-24 marca b. r. Kolejny fam trip w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” odbędzie się w połowie lipca w Gdańsku i regionie. (mdz)

Branża spotkań w Łodzi

Łódzkie Convention Bureau, które oficjalnie funkcjonuje od kilku miesięcy, działa wielozakresowo na rzecz rozwoju i promocji branży MICE w mieście. W ramach tworzenia użytecznych dla branży narzędzi opracowało kalendarium imprez targowych i konferencyjnych, które odbędą się w Łodzi w 2014 r., oraz statystyczne zestawienie spotkań biznesowych za 2013 i 1-szy kwartał 2014 r. W tym zakresie prowadzone są także prace nad serwisem www i kolejnym – rozszerzonym i uzupełnionym – wydaniem, katalogu łódzkiej branży MICE (pierwsze wydanie ukazało się drukiem w dwóch wersjach językowych). Drugą sferą działań jest organizacja imprez branżowych. Jesienią planowane jest spotkanie dla firm PCO „Łódź Kreuje Eventy”. Organizatorzy zapewnią gościom szereg atrakcji, m. in. zwiedza-

nie najciekawszych obiektów w mieście, na wieczór przewidziane są równie intrygujące wydarzenia i interesujący program towarzyszący. – Nie damy gościom się nudzić, a nawet pospać – mówi Anna Mokrosińska, szefowa biura. Ponadto planowane są trzy duże podróże studyjne, jedno-, dwu- i trzydniowe dla dziennikarzy oraz firm, instytucji, i stowarzyszeń, które jeszcze nie organizowały imprez w Łodzi. Odbędą się także dwa szkolenia dla łódzkich przedsiębiorców. Jeden z bloków tematycznych będzie dotyczył profesjonalnego przygotowania konferencji i metod mierzenia ich efektywności. Wszystkie powyższe działania dofinansowane są z funduszy unijnych w ramach projektu „Turystyka biznesowa jako markowy produkt turystyczny Łodzi”. Placówka pełni także funkcję doradczą-informacyjną. (az)

Veniti stawia na rejsy wycieczkowe

Kwotę ponad 1,6 mln. zł przekroczyła wartość kontraktów, jakie od początku roku udało się pozyskać firmie Veniti. Poinformowali o tym przedstawiciele spółki.

Głównym źródłem dochodów Veniti jest sprzedaż rejsów firmowych oraz planowanie i organizacja korporacyjnych wyjazdów motywacyjnych realizowanych pod szyldem Veniti Business Travel. Mimo że w ubiegłym roku spółka zwiększyła przychody o 73 proc. (do 5,79 mln zł, wypracowała 0,2 mln zł zysku netto) zarząd liczy na poprawę tego wyniku w 2014 r. Ma się do tego przyczynić wzrost zamówień kilku miesięcy. Siłą sprawczą dobrej passy ma być z kolei, m.in. integracja platformy sprzedażowej Veniti z systemem rezerwowanym BlueVendo/TOM, z którego korzysta ponad 2,4 tys. biur podróży. To rozwiązanie umożli-

wi zakup rejsu wycieczkowego, bez czekania na kontakt ze strony pośredników czy linii żeglugowych. Spółka oczekuje, że dzięki temu zostanie światowym sprzedawcą światowych rejsów do biur podróży.

– Stawiamy na wysokomarżowe produkty w segmentach z wysokim potencjałem wzrostu – tj. programy motywacyjne dla biznesu oraz zagraniczne rejsy wycieczkowe sprzedawane poprzez platformę Kruzy.pl – mówi Maciej Szymański, prezes zarządu Veniti S.A. Spółka specjalizuje się w wykorzystaniu stworzonego przez siebie modelu biznesowego, który zakłada możliwie największy automatyzm obsługi klienta, używany m.in. w procesach wynajmu apartamentów wakacyjnych czy rejsów wycieczkowych. Firma zajmuje się też organizacją wyjazdów motywacyjnych. (mk) www.veniti.pl