



Foto: Depositphotos

'Zelena' srečanja postajajo vse bolj interaktivna

Toda pri trženju mednarodnih kongresov smo v Sloveniji še premalo povezani in zato tudi ne dovolj uspešni.

Andreja Šalamun



Foto: David Ralika

»V dogodke se vse bolj vključujejo tudi trajnostne komponente.«

Miha Kovačič,
direktor Zavoda-
Kongresnoturistični
urad

»Tudi na področju poslovnih dogodkov se stvari spreminjajo in treba je slediti trendom,« meni Miha Kovačič, direktor Zavoda-Kongresnoturistični urad.

»Srečanja postajajo vedno bolj interaktivna, saj udeleženci ne želijo več samo poslušati predavateljev, ampak se hočejo aktivno vključiti v ustvarjanje vsebine predavanja. Tehnologije vse to omogočajo na zelo preprost način in brez velikih stroškov,« pravi Kovačič.

Poudarja, da se organizatorji vse bolj izogibajo klasični postavitvi dvoran (na primer »kino« postavitev) in iščejo bolj interaktivne načine, ki omogočajo kakovostnejšo komunikacijo in interakcijo med udeleženci.

»Prav tako se veliko pozornosti posveča kakovosti pogostitve udeležencev, predvsem z vidika zdrave in lokalno pridelane prehrane, v dogodke pa se vse bolj vključujejo tudi trajnostne komponente,« našteva sogovornik.

V kratkem času čim več zanimivih izkušenj

Strinja se tudi mag. Valentina Božič s Fakultete za turizem Univerze v Mariboru. »Poleg novih

zmogljivosti, ki jih pričakujemo predvsem v prestolnici, je novost v zadnjih letih ta, da se ponudba prilagaja splošni usmeritvi Slovenije v trajnostni razvoj. Tako imenovana zelena srečanja so primer in usmeritev, ki se ji priključujejo novi ponudniki. To dokazuje, da tudi kongresni turizem pri spoštovanju trajnostnih načel misli resno,« razlaga Valentina Božič.

Dodaja, da ponudniki hkrati zaznavajo veliko večjo željo organizatorjev dogodkov po pristnih doživetjih destinacije, zato postaja izjemno pomembna priprava programov in ponudb, ki lahko poslovnim gostom v kratkem času omogočijo povsem drugačno izkušnjo, kot jo doživijo v kongresni dvorani in znotraj načrtovanega poteka dogodka.

»Veliko zanimanja je za spoznavanje kulture in posebnosti avtohtone kulinarike ter vin, za sprostitvene in zabavne dogodke na nevsakdanjih lokacijah, na splošno gre za iskanje tistega, kar je še posebej naše, slovensko, pristno in zelo kakovostno,« našteva sogovornica.

Pri zračnem prometu nas prehitava tudi Hrvaška

Če se primerjamo z najbližjimi sosedi in pri tem upoštevamo zadnje poročilo o konkurenčnosti, ki ga objavlja World Economic Forum (Travel & Tourism Competitiveness Report), smo glede števila organizacij mednarodnih dogodkov uvrščeni zelo blizu Hrvaške, a zelo zaostajamo za Avstrijo in Italijo, pravi Valentina Božič.

»Obe omenjeni državi imata veliko boljšo infrastrukturo za zračni promet, tu nas je precej prehitela tudi Hrvaška. Tudi pri zagotavljanju turistične infrastrukture, ki je za organizacijo dogodkov pomembna, smo zadaj za vsemi sosednjimi državami. Iz navedenega lahko poenostavljeno sklepamo, da se kot država na področju kongresnega turizma trudimo ob osnovnih pogojih, ki nam trenutno ne zagotavljajo nobene primerjalne prednosti pred sosedi,« še izpostavlja sogovornica.

Vse pomembnejša postaja varnost

Poslovna srečanja so v Sloveniji v zadnjem času v razcvetu, ocenjuje Miha Kovačič. Razlogov za to je več. »Slovenija je uveljavljena evropska demokracija, del EU in ima evro, hkrati pa je močno povezana z mednarodnim poslovnim in znanstvenim okoljem,« pravi Kovačič in dodaja, da postaja iz dneva v dan pomembnejša tudi varnost, ki jo naša država ima.

Poleg tega ima še zemljepisno odlično lego in »na svoji relativni geografski majhnosti razvejano ponudbo možnosti organizacije poslovnih srečanj«. Kot pravi Kovačič, lahko mednarodnemu poslovnemu okolju predstavimo ponudbo prek štirih produktov: srečanja v mestih, srečanja v alpskem svetu, srečanja na obali in krasu ter srečanja v zdraviliščih.

Kot poudarja Kovačič, lahko Slovenija gosti manjše korporativne dogodke od 10 oseb naprej praktično po vsej državi, privoščiči pa si lahko tudi svetovne kongrese z do 2.000 udeleženci. »Imamo bogat seznam referenčnih dogodkov, ki jih je gostila Slovenija, odkar je samostojna. Pa tudi v bivši državi smo bili priljubljena destinacija,« pravi sogovornik.

»Kongresni turizem je eden ključnih stebrov slovenskega turizma, saj ustvarja visoko dodano vrednost, uravnava sezonskost in ima dobre multiplikativne učinke,« opozarja Božičeva. Prepričana je, da ga z vidika promocije naša država podpira in da je sodelovanje ključnih institucij, ki usmerjajo tako razvoj kot promocijo slovenskega turizma, v zadnjih letih dobro.

»Tržni trendi so za kongresni turizem dobri, imamo izjemne naravne danosti in veliko prednost z vidika lege v Evropi, kot gostitelji smo prizadevni in se pri organizaciji izvedbe dogodkov res trudimo, kar dokazuje tudi visoko zadovoljstvo gostov,« ocenjuje Božičeva.

Želimo več mednarodnih dogodkov

A vendar imamo, tako sogovornica, še vedno neizkoriščen potencial. »Želimo si predvsem več velikih mednarodnih dogodkov. V Sloveniji je organiziranih

okoli 50 na leto, kar je premalo. Pri zbiranju in usmerjanju sredstev in energije v pridobivanje tujih dogodkov še vedno nismo najboljše povezani in zato tudi ne dovolj učinkoviti,« pravi Božičeva.

Dodaja, da »navzven kakovosti naših zmogljivosti ne podpirajo dovolj dobro uveljavljene blagovne znamke«, prav te pa so tisto, kar predvsem tujim partnerjem in gostom predstavlja kazalec kakovosti nastanitvene ponudbe na ciljni destinaciji.

»Nekatere kongresne zmogljivosti kličejo k prenovi in posodobitvi opreme na raven zahtevnosti poslovnih gostov današnjega dne. Trenutno stanje tako sledi splošnim trendom v turizmu, ki so po svoji naravi potni ugodni. Naše lastne aktivnosti pa so vedno ključ do lastnega uspeha, ki ga odklepamo sami,« meni Božičeva.

Pomembna

dobra dostopnost in učinkovita logistika

Tako Božičeva kot Kovačič opozarjata, da je treba pri organizaciji in izvedbi dogodkov zagotoviti dobro dostopnost in učinkovito logistiko, kjer je z vidika letalskih povezav pred nami še vedno velik izziv.

»Ker večina udeležencev pride z letalskim prevozom, je mednarodna letalska povezanost zelo pomemben, včasih celo odločujoč faktor. Na tem področju nismo med najboljšimi, a tudi za to smo naši rešitev in uporabljamo bližnja letališča,« pravi Kovačič.

Prepričan je, da tujci cenijo našo prijaznost in profesionalnost pri organizaciji in gostiteljstvu

Na kaj paziti pred organizacijo kongresa oziroma kako izbrati ponudnika kongresnega turizma?

1. Razmislite o pričakovanih udeležencev

»Podjetja, ki se odločajo za izvedbo kongresov, naj najbolj razmislijo o motivih, navadah in pričakovanih svojih udeležencev ter nato zanje izberejo destinacijo in ponudnika, ki bo te potrebe najboljše zadovoljil,« svetuje Valentina Božič. »Tako bo lažje zagotoviti, da bo obisk dogodka dober, zadovoljstvo po njem pa visoko.«

2. Ne odločajte se zgolj glede na ceno

Kadar ste v dvomih pri končni izbiri, naj temelj odločitve ne bo cena, čeprav je ta pomembna, pravi Božičeva. »Analiza dejavnikov, ki so vplivali na uspešnost dogodka, poleg visoke kakovosti storitev pogosto izpostavlja ravno odnos in zaupanje, ki se zgradi z dobrim sodelovanjem med organizatorjem oziroma naročnikom in osebje pri izvedbi dogodka. Velikokrat ta odnos postane motiv, da se takšen dogodek ponovi in vrne na isto lokacijo še v razširjeni obliki,« opozarja.

3. Pripravite srečanje, ki si ga bodo zapomnili

»Podjetja, ki organizirajo poslovne dogodke, so glede na naše izkušnje zelo konzervativna in se prevečkrat odločijo za klasično ponudbo,« pa meni Miha Kovačič. »Spodbujam jih, naj izkoristijo znanje in izkušnje ter razvoj, ki se je zgodil na tem področju, in pripravijo srečanja, ki si jih bodo udeleženci zapomnili ter se z veseljem vrnili. Če govorimo o kongresih, ki poleg obsežnega tehničnega znanja organizacije zahtevajo tudi številna druga znanja (finance, razstave, sponzorstvo, marketing in drugo), potem je nujno, da se naročnik poveže s profesionalnim kongresnim organizatorjem, ki bo pravi sogovornik in partner v uspešnem projektu,« še dodaja Kovačič.



Foto: Depositphotos

mednarodnih srečanj. »Cenovno smo ugodni glede na zagotovljeno kakovost storitve. Pohvalimo se lahko tudi s kakovostno ponudbo kulinarike, ki je na področju poslovnih srečanj še kako pomembna. Za večino tujih organizatorjev smo nova in neodkrita destinacija, kar je zagotovo naša prednost, saj tuji organizatorji vedno iščejo nove ciljne kraje. Večina jih je po prvem obisku Slovenije navdušena in se radi vrnejo tudi zasebno,« ugotavlja Kovačič.

Premagujejo nas bolj prepoznavne destinacije

»Če se primerjamo z drugimi evropskimi kraji kongresnega turizma, zaostajamo v mednarodni prepoznavnosti,« se Kovačič strinja z Božičevo.

»Pri kandidiranju za mednarodna poslovna srečanja je mednarodna prepoznavnost eden od pomembnih dejavnikov pri odločanju. Žal nas velikokrat premagajo bolj prepoznavne destinacije. Moramo se zavedati, da na področju mednarodnih poslovnih dogodkov nastopamo v konkurenci z vsemi državami Evrope ali celo sveta,« opozarja Kovačič, a vendar opaža napredek na tem področju.

»Kongresni urad Slovenije, ki povezuje ponudnike kongresnih storitev ter Slovenijo proaktivno mednarodno promovira in trži, vsako leto beleži napredek na področju mednarodne prepoznavnosti in s tem večjega uspeha pri pridobivanju mednarodnih poslovnih dogodkov,« pravi in dodaja, da se število mednarodnih poslovnih srečanj večja praktično po vsej Sloveniji.

Kovačič opozarja, da so pomemben sestavni del ponudbe tudi mednarodne hotelske verige, ki s svojo mednarodno vpetostjo in prepoznavnostjo v ciljni kraj pripeljejo mednarodne dogodke in goste. »V Sloveniji smo v zadnjem obdobju naredili korak naprej v tej smeri,« pravi. ^{gg}

Analitika GZS

Pravi naslov za objektivne napovedi

TEKOČA EKONOMSKA
GIBANJA

GLAS GOSPODARSTVA
PLUS

MAKROEKONOMSKE
NAPOVEDI

REZULTATI POSLOVANJA
GOSPODARSTVA

ANKETE ANALITIKA GZS

AKTUALNE NAPOVEDI ZA LETO 2017:

- Cena sodčka nafte Brent pri **60 USD**
- Povprečno razmerje med EUR in USD pri **1,03**
- **8.000** novih delovnih mest in **2,5**-odstotna rast plač

Pravilno smo napovedali rast plač in zaposlenih v letu 2016.

UPORABNOST
poslovni načrti
mesečno poročanje
pomembne odločitve

Za več napovedi pokličite **01 5898 170**, obiščite **analitika.gzs.si** ali pišite na **analitika@gzs.si**