

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF CONGRESS CENTRES

Η ολοκληρωμένη συνεδριακή εμπειρία κάνει τη διαφορά



Ο μεγαλύτερος δυνατός αριθμός συμμετεχόντων σε ένα συνέδριο αποτελεί κοινό στόχο τόσο των συνεδριακών κέντρων όσο και των πελατών τους. Για το κέντρο, περισσότεροι σύνεδροι συνεπάγονται περισσότερα χρήματα που «μένουν» στον τόπο που φιλοξενεί το συνέδριο. Το γεγονός αυτό ικανοποιεί ιδιαίτερα το κράτος, το οποίο συνήθως είναι και ο ιδιοκτήτης των κέντρων.

Για τον πελάτη, περισσότεροι σύνεδροι συνεπάγονται περισσότερα έσοδα, κι αν σκεφτεί κανείς ότι τα meetings είναι η βασική πηγή εσόδων για τις αντίστοιχες εταιρείες ή οργανισμούς, η μεγάλη συμμετοχή δεν είναι απλώς θέμα επιπλέον κεφαλαίων αλλά συχνά αποτελεί ζήτημα επιβίωσης.

Γράφει ο Edgar Hirt

Πρόεδρος της International Association of Congress Centres (AIPC)

Διευθύνων Σύμβουλος Συνεδριακού Κέντρου του Αμβούργου (CCH, Congress Center Hamburg)

ΩΣΤΟΣΟ, η υψηλή συμμετοχή δεν έχει πια να κάνει μόνο με τη διαφήμιση και το καλό event promotion. Οι άνθρωποι που συμμετέχουν σήμερα σε συνέδρια είναι έμπειροι και «ψαγμένοι» ταξιδιώτες με περιορισμένο χρόνο και υψηλές απαιτήσεις. Η προσέλκυσή τους σε ένα συνέδριο

που κάνουν τη διαφορά. Για τον λόγο αυτό, σήμερα δίνεται πλέον πολύ μεγαλύτερη έμφαση στη διαδραστικότητα και τη συμμετοχή του κοινού -στα στοιχεία αυτά δηλαδή που δεν βρίσκεις εύκολα στις σύγχρονες μεθόδους επικοινωνίας.

Ένα επιπλέον «προσόν» για κάποιο συνέ-

στεύουν ότι τα meetings σήμερα έχουν να κάνουν λιγότερο με το «περιεχόμενο» και περισσότερο με την επαφή των συμμετεχόντων και την ανταλλαγή πληροφο-

σιακές, «μονόδρομες» παρουσιάσεις και ομιλίες που μέχρι πρότινος ήταν το βασικό χαρακτηριστικό των περισσότερων meetings.

«Κάνουμε πλέον λόγο περί ολοκληρωμένης «συνεδριακής

ή κάποιο παρόμοιο event προϋποθέτει ότι θα πειστούν ως προς την ευχάριστη και επικοινωνιακή εμπειρία που θα τους επιφυλάξει το συνέδριο. Κι αυτό, με τη σειρά του προϋποθέτει συντονισμένες προσπάθειες από μέρους των οργανωτών και όλων όσοι συμμετέχουν στην προετοιμασία του event. Εδώ, όμως, προκύπτει το εξής ερώτημα: **τι πρέπει να έχει ένα event για να αποτελέσει μια ολοκληρωμένη, αξεχάστη εμπειρία και με ποιο τρόπο θα το επιτύχουν αυτό οι οργανωτές και οι συνεργάτες τους;**

Μια από τις πιο προφανείς απαντήσεις στο παραπάνω ερώτημα είναι ότι το ίδιο το πρόγραμμα του συνεδρίου πρέπει να έχει τα χαρακτηριστικά που θα ικανοποιήσουν -αν όχι ενθουσιάσουν- τους συμμετέχοντες. Η συμμετοχή σε κάποιο συνέδριο απαιτεί χρόνο. Προκειμένου να δικαιολογήσουν το χρόνο αυτό που πρέπει να επενδύσουν, οι συνέδριοι πρέπει να νιώθουν ότι έχουν να πάρουν κάτι από αυτό -πληροφορίες και γνώσεις στις οποίες διαφορετικά δεν θα είχαν πρόσβαση, ή τουλάχιστον όχι στον ίδιο βαθμό. Τώρα πια υπάρχει τέτοια πληθώρα πληροφοριών που προσφέρεται από τόσες πολλές πηγές, όπως το ίντερνετ, που πολύ λίγα είναι εκείνα που δεν μπορεί να μάθει ο σύνοδος, είτε αποφασίσει να συμμετάσχει σε ένα συνέδριο είτε όχι. Ωστόσο, **ο τρόπος με τον οποίο δίνονται αυτές οι πληροφορίες και η δυνατότητα «διδραστικότητας» με την ίδια την πηγή των πληροφοριών αυτών, αλλά και με τους υπόλοιπους συμμετέχοντες, είναι**

δριο, που του προσθέτει αξία στα μάτια των συμμετεχόντων, είναι η **δυνατότητα δικτύωσης, γνωριμίας επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα και εδραίωσης προσωπικών σχέσεων.** Αυτό είναι το στοιχείο που διαφοροποιεί τη «face to face» εμπειρία από οποιοδήποτε άλλο είδος επικοινωνίας, και γι' αυτόν ακριβώς το λόγο τα σημερινά προγράμματα των events του δίνουν πλέον πολύ μεγάλη έμφαση. Πολλοί πι-

εμπειρίας», μια έκφραση που συνοψίζει το μοναδικό σύνολο εμπειριών που παίρνει μαζί του ο σύνοδος από ένα event στο οποίο επέλεξε να συμμετάσχει...»

ριών. Αυτό, με τη σειρά του, είναι κάτι που επηρεάζει τη δομή των meetings - με **μεγαλύτερη έμφαση να δίνεται πλέον στις ευκαιρίες networking** και στις παρουσιάσεις που ευνοούν την αμφίδρομη κίνηση πληροφοριών παρά στις παραδο-

Αλλά ακόμα κι αυτό ίσως να μην αρκεί για να πειστούν κάποιοι συνέδριοι -κυρίως εκείνοι που συμμετέχουν συχνά σε συνέδρια και ίσως πιστεύουν ότι είναι ήδη αρκετά «δικτυωμένοι». Στο σημείο αυτό κάνουμε πλέον λόγο περί **ολοκληρω-**

Delivering the Delegate Experience by EDGAR HIRT*



Maximizing the number of delegates attending a conference or convention is an objective both centres and their clients can heartily agree on. However, good attendance is increasingly not just about good event promotion. Attracting today's delegate to a congress requires that the organizer and their suppliers deliver an experience that is both rewarding and enjoyable, and this in turn means a coordinated effort.

Program content is an obvious way to achieve this. Delegates have to feel that they will take away information and insights that they would not otherwise get, at least to the same degree. The way that the information is delivered, and the ability to interact with those presenting it, as well as with other delegates, can make all the difference.

Another area that creates value for delegates is the ability to network and build or reinforce personal relationships. It's been said that meetings are now more about the ability to become more comfortable with information by being able to interact with the source of that information. More emphasis is now placed on networking opportunities and sessions that encourage exchange rather than the traditional "one way" presentations that used to characterize so many meetings.

But even this may not be enough to persuade some delegates. This is where the "delegate experience" comes in - an expression that sums up the unique set of experiences a delegate takes away from

an event they've chosen to attend. Part of this experience has to do with the actual destination and facility where the event is taking place. Both planners and centres need to make an effort to make interesting and engaging aspects of the local community and culture accessible to delegates.

At the same time, today's "connected" delegate wants the comfort of feeling they can stay in touch with their business or professional activities while away. By offering wireless connectivity, Internet cafes and other forms of communications access to delegates, they can engage more freely in program activities, not concerned about whether they're losing ground in other aspects of their fast-paced lives.

It is a fact that all can benefit from an approach to planning that engages both planners and centres in a cooperative effort to make sure the event is as satisfying and productive as possible. With today's highly discriminating delegates at stake, everyone needs to pool their respective resources and insights to make sure every delegate comes away from a convention feeling as though they've had good value - and a good time!

Edgar Hirt is the President of the International Association of Congress Centres (AIPC) and Managing Director of CCH, Congress Center Hamburg

μένης «συνεδριακής εμπειρίας» – μια έκφραση που συνοψίζει το μοναδικό σύνολο εμπειριών που παίρνει μαζί του ο σύμβουλος από ένα event στο οποίο επέλεξε να συμμετάσχει.


Μέρος αυτής της εμπειρίας έχει να κάνει με τον ίδιο τον προορισμό και το συνεδριακό κέντρο στο οποίο λαμβάνει χώρα το event. Αν ο προορισμός είναι ελκυστικός και οι εγκαταστάσεις πληρούν τις απαιτήσεις της εκδήλωσης, τότε κατά πάσα πιθανότητα οι συμμετέχοντες θα απολαύσουν τις εργασίες του συνεδρίου, αλλά και τις κοινωνικές εκδηλώσεις που προβλέπει το πρόγραμμα. Από την πλευρά τους, οι οργανωτές αλλά και τα κέντρα πρέπει να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια ώστε να κάνουν πιο ελκυστικές και προσβάσιμες για τους συνέδρους τις σημαντικότερες και πιο ενδιαφέρουσες πλευρές του τοπικού πολιτισμού και της τοπικής κοινωνίας. Για να είναι μοναδικό ένα meeting, πρέπει να ενσωματώνει στο γενικότερο πακέτο του στοιχεία της τοπικής καθημερινότητας και παράλληλα να δίνει στον σύνεδρο την αίσθηση ότι «έζησε» μια εμπειρία, κι όχι απλώς ότι παρακολούθησε μια σειρά συζητήσεων ή εκδηλώσεων που θα μπορούσαν να είχαν πραγματοποιηθεί σε οποιοδήποτε άλλο μέρος.

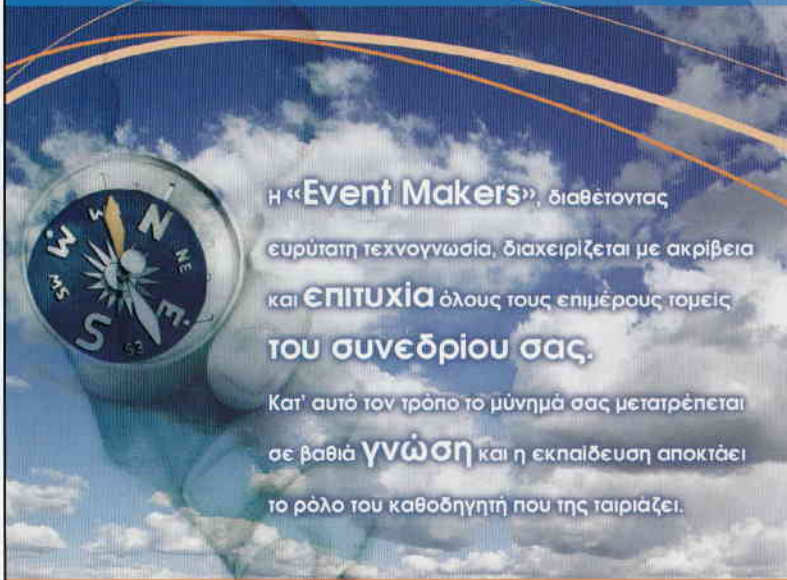
Την ίδια στιγμή, ο σημερινός «δικτυωμένος» σύνεδρος θέλει να νιώθει κοντά και σε επαφή με τις δουλειές του και τις επαγγελματικές του δραστηριότητες,

παρόλο που λείπει απ' την έδρα του - κι εδώ η σύγχρονη τεχνολογία μπορεί να συμβάλει σημαντικά. Προσφέροντας στους συνέδρους ασύρματη σύνδεση, Internet café και άλλες μορφές πρόσβασης στην επικοινωνία, θα μπορούν με άνεση να συμμετέχουν στις δραστηριότητες του συνεδρίου, χωρίς να ανησυχούν για το ότι μπορεί να «χάσουν» σημαντικά πράγματα από την πολυδιάστατη επαγγελματική τους ζωή.

Κάποιες από τις παραπάνω προϋποθέσεις, όπως είναι οι τροποποιήσεις στο πρόγραμμα του συνεδρίου, εξασφαλίζονται ευκολότερα από τους οργανωτές των συνεδρίων. Κάποιες άλλες, όπως η παροχή άρτιων εγκαταστάσεων και τεχνολογικών λύσεων, είναι εν πολλοίς καθήκον των κέντρων. Ωστόσο, **όλοι βγαίνουν κερδισμένοι όταν υπάρχει σύμπτωση και συνεργασία στη διαδικασία οργάνωσης ενός συνεδρίου**, όταν από κοινού οργανωτές και κέντρα εργάζονται με κοινό στόχο την προσφορά ενός ολοκληρωμένου προϊόντος, μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας.

Οι οργανωτές γνωρίζουν τους συνέδρους. Το κέντρο γνωρίζει τον προορισμό και τις εγκαταστάσεις. Έχοντας υπόψη τον σημερινό, «δύσκολο» σύνεδρο, είναι επιτακτική ανάγκη οι δύο αυτές πλευρές να βάλουν κάτω τις δυνάμεις και τις γνώσεις τους, έτσι ώστε να προσφέρουν ένα συνέδριο απ' το οποίο οι συμμετέχοντες θα φύγουν ικανοποιημένοι γιατί πήραν πράγματα και γιατί πέρασαν καλά.


Feel your direction




Η «Event Makers», διαθέτοντας ευρύτατη τεχνογνωσία, διαχειρίζεται με ακρίβεια και **ΕΠΙΤΥΧΙΑ** όλους τους επιμέρους τομείς του συνεδρίου σας.

Κατ' αυτό τον τρόπο το μήνημά σας μετατρέπεται σε βαθιά **γνώση** και η εκπαίδευση αποκτάει το ρόλο του καθοδηγητή που της ταιριάζει.

www.eventmakers.gr

Συνέδρια-Σεμινάρια	Εταιρικές Εκδηλώσεις	Ταξίδια Κινητήρων	Εκθέσεις
--------------------	----------------------	-------------------	----------



Κ. Παλαιολόγου 14, Νέα Σμύρνη 171 21
 Τηλ.: 210 9311004-6, 210 9370205-6, Φαξ: 210 9370208
 E-mail: info@eventmakers.gr, Website: www.eventmakers.gr