

TOP 10 HIVATÁSTURISZTIKAI TREND

Benchmark Hospitality International Top 10, hivatásturisztikai trendje 2010-ben

A Benchmark Hospitality International, a vezető vendéglátóipari üzemeltető vállalat az Egyesült Államokban, amely 30 díjnyertes hotel, üdülőhelyet és konferencia központot üzemeltet országszerte, meghirdeti a 2010. évi, Top 10 hivatásturisztikai trendeket, figyelembe véve saját egységeinek tapasztalatait.

1. trend: Óvatos optimizmus 2010-re, nagy növekedés 2011-re!

A vállalati találkozók iránti igény 2010-ben meghaladja a tavalyi eredményeket, és folyamatosan növekszik. Habár az év még csak most kezdődött, a szolgáltatók optimistán tekintenek az idei évre, mivel már most a 2009-es év szintjét meghaladó ütemű foglalást tapasztalnak. Azok, akik szilárd konferenciaszervezői kapcsolatrendszerrel vágtak bele az évbe, újra tapasztalhatják annak fontosságát. Rendkívül biztató jel, hogy a 2011-es előfoglalások száma látványos növekedést mutat.

2. trend: Foglалás az adott hónapban az adott hónapra, de legalább nem maradnak el a rendezvények!

A foglalások még mindig nem sokkal előzik meg a konferenciák időpontját (kb. 30-45 nap), és általában egy adott hónapon belül történik a foglalás és a lebonyolítás is. A jelenlegi gazdasági helyzetben, a szervezők nem szívesen kötelezik el magukat hosszabb foglalási időre, kockáztatva ezzel a rendezvény esetleges elmaradását, valamint az ebből adódó kötbérek fizetését. Szerencsére úgy tűnik, hogy a rendezvények lemondása, mellyel 2009-ben számtalan rendezvényszervezőnek kellett szembesülnie, már a múlté!

3. trend: Rendkívüli árérzékenység, a hotelek újra versenybe szállnak a hivatásturizmus körébe tartozó rendezvényekért rendkívül kedvező csomagárral.

A gazdasági világválság és az AIG (American International Group), Amerika legnagyobb biztosító társaságának csődje arra készítette a hagyományos szállodákat, hogy középmezőre, vállalati rendezvények szervezésével töltsék fel szobáikat. Annak ellenére, hogy válságban ez

csöppet sem szokatlan stratégia szállodák esetén, a 2009-es év zord üzleti felfogása segített újból felismerni a hagyományos szállodáknak az agresszív konferenciacsomagok jól érzékelhető előnyeit. Mindezek kései következménye a drasztikus árérzékenység 2010-ben. A válságból azon konferenciaközpontok emelkednek ki erőteljesebben, akik stabil lábakon állnak, fenntartották szolgáltatásaik színvonalát, és gondosan ápolták szakmai kapcsolataikat vevőikkel.

4. trend: 2010-ben csökkent a szakmai rendezvényeken résztvevők száma és tartózkodási idejük is egy nappal rövidült.

A résztvevők száma meglehetősen visszaesett a korábbiakhoz képest, néhány esetben akár 50%-kal is. A találkozók 2010-ben általában regionális vagy országos szintűek voltak, és sokkal komolyabbak, kötöttebbek voltak tartalmukat tekintve. Mellőzték a társasági funkciókat és a munkavacsorákat és legalább 1 nappal rövidebbek lettek a költségek csökkentésének érdekében.

5. trend: A környezettudatosság mára általános elvárás, de egyes vállalati szegmensekben, mint pl. állami és oktatási vállalatok esetében ez alapvető elvárás.

A céges csoportok esetében a konferencia-szervezőkkel szemben általános elvárás a „zöld programok” biztosítása, noha ezt a szolgáltatást Amerikában még nem igényelik általánosan. Ebben az évben mind az állami, mind az oktatási szegmens számára szolgáltatóknak meg kell felelniük az alapvető környezettudatos, vendéglátóipari követelményekkel, hogy egyáltalán szóba jöhessenek egy-egy ilyen konferencia helyszínéként.

6. trend: Semmi flanc. A megtérülő konferenciák háttérbe szorították a csapatépítés, fürdőzéssel, vagy golfozással kiegészített konferenciákat.

A szűk és alaposan átvizsgált büdzsék miatt, nincs helye felesleges kiadásoknak a 2010-es konferenciák megszervezése során. A konferencia-költségek meglehetősen konzervatívak, és a hangsúlyt inkább az alapvető ellátásra teszik, a fürdőzéssel vagy a golfozással szemben. A csapatépítés, amennyiben előfordul ilyen, beépül a konferenciába, tekintettel arra, hogy kevés az idő, ahhoz, hogy beépítsenek a rendezvénybe egy délutáni, kültéri programokat.



MAGYARORSZÁG

MAGYAR TURIZMUS ZRT. – Magyar Kongresszusi Iroda

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel.: (06-1) 488-8640 • Fax: (06-1) 488-8641

E-mail: hcb@hungarytourism.hu • www.hcb.hu

7. trend: A maximális internet sávszélesség biztosítása elvárás a szervezőkkel szemben idén. Az összes többi technikai igény eltörpül emellett.

2010-ben a szervezők nem keresik a legmodernebb, élenjáró technológiákat. Viszont a tárgyalásokra azzal az elvárással érkeznek, hogy a helyszín rendelkezzen a konferencia megtartásához szükséges, beépített műszaki felszereltséggel. Ami nagyon fontos, hogy a szolgáltatók rendelkezzenek maximális adottságokkal az online tartalom megjelenítéséhez és online alkalmazások használatához szükséges műszaki berendezésekkel a konferenciák alatt. Ez a kritérium kiemelt jelentőséggel bír.

8. trend: A jelen kor szervezője kemény tárgyalópartner és feljogosítva érzi magát engedmények tételére

A 2009-es év történéseinek következménye, hogy a szervezők 1-1,5 éves tárgyalási tapasztalattal felfegyverkezve érkeznek meg a tárgyalásokra. Azzal a várakozással tekintenek a megbeszélések elé, hogy a helyszínek komoly engedményeket tesznek, megnövelve ezzel a szűkös költségvetés értékét, amit a cégek konferenciákra tudnak költeni. Vigasztalást nyújthat, hogy a szervezők újra megbecsülik a komplett konferenciacsomagok értékét és jelentőségét, valamint a konferenciaközpontok hagyományos termékét világszerte.

9. trend: Egészségtudatos étel-, és italválasztási lehetőség alapos megvizsgálása. Büfé mindenki számára.

Annak érdekében, hogy a szűk büdzséből kihozzák a maximumot, biztosítani kell, hogy a résztvevők végig a találkozó tartalmára koncentráljanak. A megfelelő, egészséges és fehérje-dús étrend nagyban hozzájárul a résztvevők figyelmének fenntartásához és energia-szintjük maximalizálásához. Következésképpen, a szervezők minden eddiginél alaposabban szemügyre veszik a menüket és büféket. És most először, jól érzékelhető értékük miatt, az egészséges büfék tökéletesen megoldásnak látszanak minden vezető számára – még a Fortune 500-as listában szereplő vállalatoknak is! Az ebédlőn kívül, a résztvevők a fitness-centereket, gyalogtúrákat és úszómedencéket is jobban kedvelik, mint eddig bármikor. Az egészséges test egyértelműen kiemelt jelentőséget kap az éles és produktív gondolkodásban.



fesztiválok
éve 2010 *élmény veled*

10. trend: Közösségi média és a rendezvényszervezés iparága... Új ismerőseink: LinkedIn, Trip Advisor, és Facebook

A közösségi média egyre nagyobb teret nyer 2010-ben, de nem a konferencia-szervező üzletágban. Habár a szolgáltatók egyre nagyobb számban jelennek meg a Facebook-on és a Twitter-en, tekintettel a kényelmi szempontokra, illetve a magas látogatósámszámra, a vállalati konferencia-szervezés üzletágban még mindig a személyes kapcsolattartás a meghatározó. Habár a LinkedIn és Trip Advisor egyre fontosabbak a szervezőknek, mivel ezekben információkat és fogyasztói véleményeket találnak a helyszínekről. Ezen kívül a szervezők egyre nagyobb számban használják a Facebookot, hogy ismerőseik közé felvegyék a szolgáltatók képviselőit, hogy egy új, informális kommunikációs csatornát létesítsenek az üzleti kapcsolatok megszilárdításának érdekében. 2010-ben az új, illetve régi kommunikációs eszközökön keresztül ápolott kapcsolatok a siker megbízható oszlopai.

Fordította: Dernovicsné László Ágnes

További információk:

Magyar Kongresszusi Iroda

Telefon: 06-1/488-8638

Fax: 06-1/488-8641

E-mail: hcb@hungarytourism.hu

Internet: www.hcb.hu



fesztiválok

éve 2010 *élmény veled*