

**Magyar Turizmus Zártkörűen Működő Részvénytársaság**

**Magyar Kongresszusi Iroda**

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

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

E-mail: [hcb@itthon.hu](mailto:hcb@itthon.hu) • [www.hcb.hu](http://www.hcb.hu)



## **EGY KONGRESSZUS SIKERÉNEK MÉRŐSZÁMAI - REJTÉLYES RÉSZTVEVŐK**

Tim Berschneider (28, Karlsruhe) diplomamunkájának témája a rendezvények, kongresszusok hatékonyságának mérése. A jól ismert mennyiségi, illetve minőségi mérések közül Berschneider az utóbbit favorizálja. Dolgozatának első részében mérési módszerekkel foglalkozik, amelyekkel egy kongresszus során előtérbe kerülő keresleti és kínálati elemekre deríthetünk fényt. Az alapszabványok: a megkérdezés, megfigyelés és tartalmi elemzés.

Tekintettel a kongresszusok és a szolgáltatásminőség általános definícióira, Berschneider arra a végkövetkeztetésre jutott, hogy a megfelelő eljárás csakis a *megfigyelés* lehet.

### **A hagyományos megkérdezés alkalmatlan...**

...hisz nincs olyan kérdőív, amely képes lenne egy teljes körű felmérés elvégzésére. Már a kérdések feltevésével is befolyásolhatjuk az eredményt, míg egy tartalmi elemzés során csak egy-egy részletre tudunk figyelni, a hallgatóság reakcióira, az esetleges mimikákra például már nem.

Éppen ezért dolgozta ki Berschneider a *Mystery Attendee* (azaz „titkos résztvevő”) módszert, amely a megfigyelések ideális típusa lehet. Diákok segítségével már tesztelte is az ötletét egy valódi kongresszuson, az eredmények pedig azt mutatták, hogy a módszer sikeres. A *Mystery Attendees* egyedi, így minden konferenciára újat kell kidolgozni, kiküldeni és megfizetni.

### **... és a legjobb ötleteknek néha a semmiből születnek.**

Berschneider szerint a *Mystery Attendees*-nek három különböző variációja képzelhető el:

1. Tudományosan képzett szakember (kongresszus témájának megfelelően), aki a rendezvényszervezés terén is jártas, így a forgatókönyvet átfogóbb módon tudja értékelni. Előnye, hogy tartalmilag professzionális módon tudja elemezni a rendezvényt.
2. A konferenciaturizmus terén tanult szakember vagy tanuló diák. Hátránya, hogy tartalmilag kevésbé képes megítélni egy rendezvény sikerét (pl. kardiológiai kongresszus).
3. Egy mesterséges *Mystery Shopper*, aki minden területen otthonosan mozog, így mind tartalmilag, mind pedig szakmailag képes értékelni egy kongresszus eredményességét.

A *Mystery Attendee* tapasztalatai alapján kristályosodott ki Berschneider számára az arany középút (ún. háromszög-módszer (Methoden-Triangulation), amelyhez egy rövid kérdőív is kapcsolódik még, amit a konferencia résztvevői – csak szakmai szempontból – töltenek ki.

Milyen piaca van ennek az újszerű ötletnek? Kiknek szól(na) ez a hatékony és objektív sikerkontroll-módszer, tekintettel a különböző nehézségekre és a gyakran furcsa ellenállásokra a tudományos módszerekkel szemben? Lényegében mindenkinek, hiszen minden szervezőnek tudnia kellene, hogy elérte-e a kitűzött minőségi céljait. Jelenleg ilyen ellenőrzés nincs és a mérési módszerek is alkalmatlanok ennek kifejezésére.

A PCO-k, rendezvényközpontok és szervezők örömmel vették Berschneider ötleteit és profitálni is kívánnak ezekből a jövőben gyakorlati tesztet elvégzésével.

## **CWT–tanulmány**

A CWT Travel Management Intézet prezentálta új tanulmányát: „*Meetings and Events: Where Savings Meet Success*”, amely fő eredménye, hogy a „*Best Practices*”-t, azaz a legjobb gyakorlatokat alkalmazva a kiadások akár 10-25%-kal is csökkenthetőek.

A tanulmány a CWT technológiai partnerének, a StarCite segítségével készült, és 2009 szeptembere és 2010 márciusa között több mint 15 országból, 222 szervezőt kérdeztek meg. További adatokat jelentett az az on-line megkérdezés, amelyben 6 országból, 2.300 fő osztotta meg a preferenciáit a tanulmány készítőivel, illetve több esettanulmány is kiértékelésre került.

Az eredmény az lett, hogy egy rendezvény költségei általában a társaság bevételeinek 0,5-1,5%-át teszik ki, míg az üzleti kiadások akár 35-60%-át is elérhetik. A tekintélyes összegek ellenére a vállalkozások nagy részének nincs se stratégiája, se pedig fő irányvonalai, hogy a kiadásokat optimalizálják, alátámasztva ezzel az üzleti céljaikat.

A vállalkozások a jól megalapozott *Meetings- and Events Program*-mal nem csak gyors költségcsökkentést, hanem valódi jövedelmezőséget is el akarnak érni. Egy hatékony menedzsmentnél ez a módszer több pusztán kiadáscsökkentésnél, sőt a stratégiai menedzsment az, amely egyre nagyobb teret nyer.

CWT 8 lépést ajánl a megtakarítások és a jövedelmezőség optimalizálására:

1. kiadások elemzése és hatékony szervezeti felépítés kidolgozása,
2. stratégia fejlesztése,
3. éves költségvetés és rendezvénynaptár készítése,
4. kiemelt szolgáltatók kiválasztása és tárgyalások folytatása,
5. tervezés folyamatainak modellezése,
6. hatékony eljárások kidolgozása,
7. fizetési és garancia eljárások menedzselése,
8. szolgáltatások és a fő irányvonalak tartalmának kidolgozása.

Forrás: Events, 2010. július (55-57. oldal)

Fordította és feldolgozta: Hegedüs Eszter (2010. augusztus)

---

***További információ:***

**Hegedüs Eszter**  
**Magyar Kongresszusi Iroda**  
Telefon: 06-1/488-8640  
Fax: 06-1/488-8641  
E-mail: [hegeduse@itthon.hu](mailto:hegeduse@itthon.hu)  
Internet: [www.hcb.hu](http://www.hcb.hu)