

# PREZENCJA JAK ZAWSZE JEST!

Zaczynamy okres wydarzeń: wirtualnych, hybrydowych oraz tych najcenniejszych – „twarzą w twarz”. Pytanie czy jesteśmy na nie gotowi? Na które z nich już z pewnością tak, a na które jeszcze nie do końca?

Gdybyście nie zauważyli, przyszła wiosna. Od jesieni – drugiego kluczowego okresu dla branży spotkań – minęło ponad pół roku. Pół roku ciszy. Tak jakby branża spotkań nagle przestała istnieć, zawiesiła swoje kontakty i działania. Aż tu nagle...

## RADOŚĆ I REFLEKSJA

Meetings Week Poland (MWP) to wydarzenie, na którym zależy nam szczególnie. Po pierwsze dlatego, że powstało jako oddolna inicjatywa, po drugie spaja branżę spotkań, a po trzecie dzięki niemu dbamy o samoedukację. Jest bardzo cenne – w tym roku już po raz dziewiąty połączyliśmy siły i podjęliśmy decyzję, że podczas dwóch dni zorganizujemy kluczowe spotkania wszystkich najważniejszych podmiotów zajmujących się branżą MICE w Polsce. Fakt, niełatwo było się skupić, zmotywować i przede wszystkim stworzyć wydarzenie – nazwijmy to – hybrydowe. Bo dokładnie takie było! My – organizatorzy spotkaliśmy się w studio, zaprosiliśmy wybranych mówców i przygotowaliśmy w ten sposób konferencję, która była dostępna na całym świecie. Można powiedzieć – internet czyni cuda. Ale czy na pewno? Czy do końca sprawiło nam to przyjemność?

Rozmowa nie tylko toczyła się w kulisach, ale również online. Padające pytania o przyszłość branży, współpracę, dalsze kroki, wsparcie publiczne oraz po prostu o codzienność, przewijały się z uśmiechami, ciekawą oprawą i naturalnie z kawą. Można by powiedzieć: prezenca jak zawsze jest... Święto polskiej branży spotkań okazało się więc z jednej strony bardzo pozytywne, z drugiej jednak także pełne refleksji. Grupowe emocje, zamknięte pod kolorowymi maseczkami w fo-

tograficznym ujęciu z tradycyjnymi już literami, pozostają potwierdzeniem, że byliśmy, spotkaliśmy się, jesteśmy i wracamy. Jednakże czy na pewno już jesteśmy na to gotowi? Czy wiemy jak ponownie rozmawiać z klientami, partnerami, wreszcie z samym sobą? Czy ostatecznie wiemy, jak odbudować naszą relację? A może to już ten moment, gdzie relacje zostały zweryfikowane...?

Po MWP chętnie twierdzimy, że jesteśmy i działamy oraz że niczego się nie boimy. Powiem więcej, nawet kilka „like’ów” i „polubień” sprawiło, że nadal nam się chce! Można by rzec... prezenca jest! Zaskoczenia w komentarzach czy długo oczekiwane SMS-y potwierdziły, że w czasoprzestrzeni gdzieś istniejemy, że ktoś – być może – jeszcze o nas pamięta.

## WIOSENNE OŻYWIENIE

Przyszła wiosna, a wraz z nią okres spotkań. Wydaje się, że poprzez MWP, ale także odbywający się chwilę wcześniej Global Meetings Industry Day 2021 Poland, właśnie otworzyliśmy sezon. Przeczytaliśmy – oczywiście nie tylko my – wszystkie możliwe raporty dotyczące statystyk związanych z przemysłem spotkań. Głównie te, oparte o wyliczenia ilościowe, ale ukazujące co najmniej „mizerny” rok 2020. Począwszy od kluczowych wręcz wyliczeń autorstwa International Congress and Convention Association (ICCA) i do rocznego raportu związanego z liczbą spotkań międzynarodowych stowarzyszeń, a skończywszy na ostatnich informacjach, z którymi miałem przyjemność się zapoznać, ukazujących prawie 800 spotkań, jakie odbyły się w urokliwym Poznaniu. Pomimo ubogich danych, wszystkie te publikacje raczej obficie ukazują potencjał prezentowanych

destynacji – zarówno w kontekście podróży motywacyjnych, jak i międzynarodowych kongresów stowarzyszeniowych, o których tak często dyskutujemy. Można śmiało powiedzieć, iż wizualnie, graficznie i co ważne merytorycznie – prezenca jest!

W wiosenne rozważania warto wpleść też zaproszenia, tudzież informacje dotyczące międzynarodowych wydarzeń, które już się odbywają. Rozmawiając o imprezach z obecnością „in person speaker”, jak to słusznie zaczęło się zaznaczać, sezon globalny rozpoczyna Arabian Travel Market, który w Dubaju wyraźnie udowadnia, że spotkania powracają. To co prawda wydarzenie z nastawieniem turystycznym, aczkolwiek warte odnotowania, w kontekście odmrażania branży spotkań, hotelarskiej i właśnie turystycznej. Dobrze zwrócić też uwagę na wirtualne rozmowy branżowe odbywające się przy okazji Planet IMEX, jednakże kolejnym wydarzeniem, gdzie prezenca wybrzmiewa w pełnym znaczeniu tego słowa, jest Incentive Research Foundation 2021 Education Invitational, zaplanowane w dniach 2–5 czerwca w JW Marriott Marco Island Beach Resort na Florydzie. Co prawda w reżimie sanitarnym i przy małej aktywności uczestników spoza Stanów Zjednoczonych, ale mimo wszystko... jak widać motywacja i prezenca jest!

Podsumowując wiosenne deszcze, śniegi i wątplenia, bo tak właśnie się czujemy, trzeba wspomnieć o największym wydarzeniu w tym czasie, czyli o World Education Congress (WEC) organizowanym w Las Vegas przez stowarzyszenie Meeting Professionals International (MPI). 15–17 czerwca to okres na chwilę przed latem w Europie – jakże istotny, aby ukazać siłę branży spotkań. Hybrydowe spotkanie MPI to nie tylko do-



*W skrócie: prezenca jak zawsze jest!  
Niezmiennie jednak polecam  
pochylenie się na sensem wydarzenia,  
jego istotą i wartością. Postawienie  
na przysłowiowy „content”.*

wód na to, że działamy i jesteśmy razem, ale również potwierdzenie tego, że... prezenca jak zawsze jest!

## LETNIE PREMIERY

Zbliżamy się do lata. Wręcz jesteśmy na niego gotowi. Sezon turystyczny w pełni „odpalony”, wiosnę zostawiamy za sobą. Znikome telefony, praktycznie brak kontaktu poprzez SMS-y... staliśmy się za to mistrzami Instagrama, Teamsa oraz Zooma. Pokusiliśmy się nawet o wersje „pro” oprogramowania! Wirtualnie pozycjonujemy się jak nigdy wcześniej, można by rzec: prezenca jak zawsze jest... Aczkolwiek ciągle jeszcze brakuje prezentacji przed klientem, spotkania „twarzą w twarz”, kawy w ulubionej restauracji czy chociaż wspólnej konfrontacji i połączonych spojrzeń. Na szczęście letnie premiery naszych produktów okazują się całkiem realne, klienci, myśląc o spotkaniach, rozważają stałą współpracę z nami. W końcu przetrwalimy pandemię, więc na pewno jesteśmy pewni siebie, wzmocnieni, silni oraz godni zaufania. Ponadto nasza nowa strona, branding i kanał w mediach społecznościowych pokazują zarówno sukcesy zawodowe, jak i prawdziwe, bardziej prywatne oblicze. Pozostaje startować, współpracować i dążyć do kolejnych sukcesów. Lato będzie wyjątko-

we. Oczywiście pamiętajmy, że czeka nas jeszcze zima, która na pewno będzie pewnego rodzaju sprawdzianem.

Wysłaliśmy jednego SMS-a. Z ciekawości. Obrazek fotograficzny ukazał nam wizję, iż spotkanie było spektakularne, a bystra fotografka ujęła uśmiech zamiast zmęczenia. W skrócie: prezenca jak zawsze jest! Niezmiennie jednak polecam pochylenie się na sensem wydarzenia, jego istotą i wartością. Postawienie na przysłowiowy „content”. Kiedyś usłyszałem, że „ładna buzia” to nie wszystko. Teraz analizując tamte eventowe chwile potwierdzam, że dokładnie tak jest. Kluczowe staje się docenienie, zadbanie, za-

interesowanie i przede wszystkim pewność, że wydarzenie zostanie właściwie przygotowane, „dowiezione” i rozliczone dokładnie tak, jak klient, ale i ja, sobie życzymy.

Letnie premiery to pewna zapowiedź odrodzenia, odbudowania i ukazania branży w sposób ciekawy, inny, nowy. Zainspirowany SITE NITE – wydarzeniem, w którym przez ostatnich kilka godzin brałem udział (na Zoomie) oraz marzeniami związanymi z obrazami z Doliny Śmierci, stwierdzam, że: prezenca jak zawsze jest, ale może...

■ Krzysztof Celuch

## O AUTORZE

**DR KRZYSZTOF CELUCH** – profesor akademicki, konsultant biznesowy i mówca. W 2018 r. założył firmę Celuch Consulting pomagającą organizacjom i przedsiębiorstwom w obszarach zarządzania, komunikacji i motywacji, rozwoju biznesu, w szczególności w odniesieniu do przemysłu spotkań (event marketingu). Jest także adiunktem na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu oraz profesorem w FH Salzburg. Jako pełnomocnik rektora ds. współpracy z biznesem w Szkole Głównej Turystyki i Hotelarstwa Vistula organizuje studencką konferencję IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw oraz opiekuje się Studenckim Kołem Naukowym 2B. W latach 2009-2017 był kierownikiem Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej oraz autorem raportów „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce” i „Poland Meetings Impact”. Od 2012 do 2015 r. sprawował funkcję profesora wizytującego i kierownika projektów badawczych w San Diego State University. Jako jedyny Polak jest akredytowanym trenerem MPI Global Training, Travelife czy EventCanvas oraz posiada certyfikacje CMM, CITE, CIS, HMCC, CED. To założyciel i pierwszy prezes MPI Poland, były członek zarządu MPI (2012-2016), a od stycznia 2020 r. przewodniczący regionu EMEA w MPI Foundation.



**CELUCH**  
CONSULTING