



WIEDZA PRODUKT MOTYWACJA WPŁYW
TRENDY 2018

1. ZWIĄZEK DOŚWIADCZENIA Z LOKALIZACJĄ

- autentyczność doświadczeń
- zmiana roli w „bohatera”, „odkrywcę”, „tropiciela”
- poznanie społeczności lokalnej i jej kultury
- zaangażowanie i uczestnictwo mieszkańców, lokalnych społeczności
- działalność związana ze społeczną odpowiedzialnością biznesu
- wzmocnienie zaangażowania uczestników w wydarzenie i zainteresowanie ich daną dziedziną



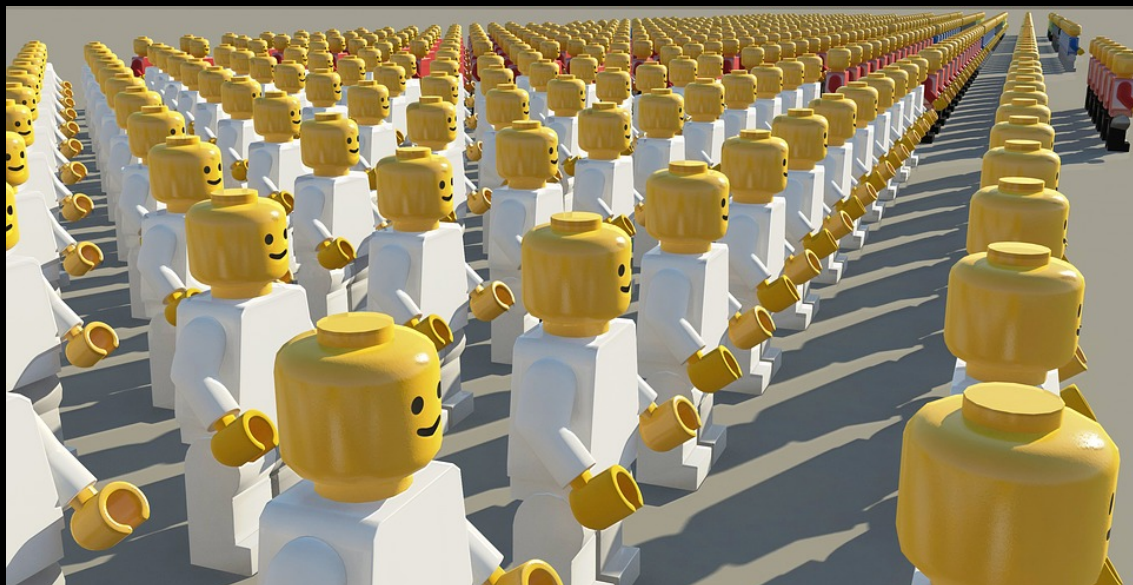
2. TRANSPARENTNE BUDŻETOWANIE SPOTKAŃ

- partnerstwo wszystkich zaangażowanych podmiotów przy budżetowaniu (dostawcy, planiści i organizatorzy spotkań)
- optymalizacja budżetu
- transparentność i czytelność budżetu
- otwarte rozmowy



3. NOWE STRATEGIE STOWARZYSZEŃ

- zmniejszenie liczby członków stowarzyszeń
- konsolidacja towarzystw, organizacji, stowarzyszeń
- skupienie większej uwagi na ofercie dla członków
- edukowanie poprzez certyfikacje i systemy szkoleń
- otwieranie się na nowe inicjatywy i działania



4. BIZNES I WYPOCZYNEK „BLEISURE”

- powraca chęć łączenia wyjazdów służbowych z wypoczynkiem bądź zwiedzaniem
- zmniejszenie kosztów lotu poprzez przedłużenie pobytu (nawet o 50%); taryfy weekendowe
- przyciąganie organizatorów spotkań oraz uczestników do miejsc, atrakcji, wydarzeń, które „należy” zobaczyć i odwiedzić
- ponad 70% osób zamierza przedłużyć podróż służbową w 2018
- dodatkowe propozycje wydłużenia pobytu przez organizatorów spotkań dla ich delegatów



5. POTRZEBA WPŁYWU

- jednoczenie grupy poprzez wspólny cel
- działania związane ze społeczną odpowiedzialnością w biznesie
- dobra zabawa połączona ze spektaklem dla uczestników



6. FOKUS NA UCZESTNIKA

- większe zainteresowanie udziałem w spotkaniach
- skracanie długości trwania spotkań
- rosnący budżet na jednego uczestnika
- koncentracja na jakości doświadczenia i zwiększeniu satysfakcji



7. ZMIANA NARZĘDZI I STYLU PRACY

- rozwój i wpływ nowych technologii zarówno na etapie przygotowań i organizacji, jak i jako angażujące narzędzie dla uczestników
- wirtualny udział w spotkaniach
- elastyczność pracowników, dostosowanie do nowych warunków pracy, wykorzystując nowości technologiczne
- wkroczenie na rynek pracy Millenialsów i pokolenia Y
- wirtualne zarządzanie projektami



8. WZROST INWESTYCJI W OBIEKTY 4*, 5* I UNIKATOWE

- wzrost inwestycji w obiekty 4-, 5-gwiazdkowe (1587 w budowie w 2018 r.)
- wzrost cen hotelowych o ok. 3,7%
- zmiana wynegocjowanych stawek korporacyjnych na dynamiczne wyceny
- odejście od stawek DDR na rzecz wyszczególnionych usług – możliwość negocjacji
- wzrost liczby obiektów unikatowych



9. NAJWAŻNIEJSZE JEST „DLACZEGO”

- zaangażowanie uczestnika
- odpowiedź na pytanie, dlaczego uczestnik ma wziąć udział w spotkaniu
- wygodna logistyka, pozwalająca skupić się na treści
- skłonienie do działania i myślenia w inny sposób
- przyciągnięcie uwagi Millenialsów (40% pracowników do 2020)
- personalizacja



10. ZBIEŻNOŚĆ DZIAŁAŃ ORGANIZACJI PUBLICZNYCH I PRYWATNYCH FIRM

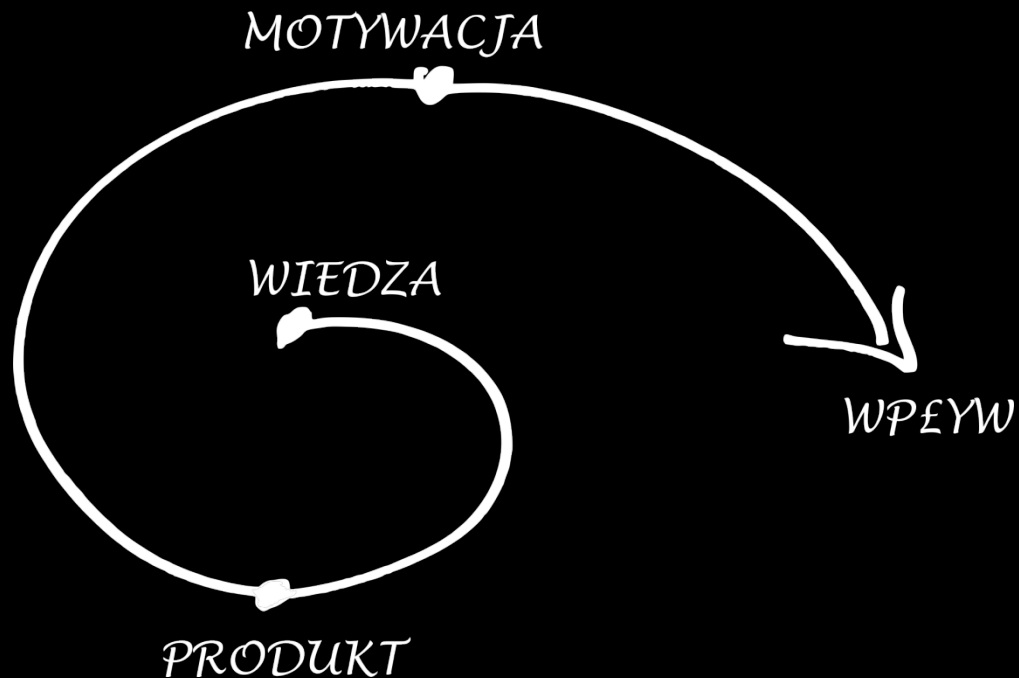
- optymalizacja budżetu
- dotychczasowa wspólna oferta ulega przeobrażeniu
- potrzeba zróżnicowania programów i usług
- nowe usługi dla organizatorów międzynarodowych spotkań



WIEDZA PRODUKT MOTYWACJA WPŁYW TRENDSY 2018

1. Związek doświadczenia z lokalizacją i społecznością
2. Transparentne budżetowanie spotkań
3. Nowe strategie stowarzyszeń
4. Biznes i wypoczynek
5. Potrzeba wpływu
6. Fokus na uczestnika
7. Zmiana narzędzi i stylu pracy
8. Wzrost inwestycji w obiekty 4-, 5* i unikatowe
9. Najważniejsze jest „Dlaczego”
10. Zbieżność działań organizacji publicznych i prywatnych firm





www.celuchconsulting.com

@ krzysztof@celuchconsulting.com

☎ +48501511997