

Переосмысление деловых мероприятий

В свете COVID-19 и не только



Jointly presented by



The Global Association of the Exhibition Industry

Введение

В 2020 году мир столкнулся с пандемией, которая изменила наши жизни и наш бизнес навсегда. COVID-19 оказал разрушительное влияние на многие отрасли и лишил нас возможности путешествовать, в результате чего, по оценкам, было потеряно 28 триллионов долларов США (по данным Международного валютного фонда, опубликованным Guardian в октябре 2020 года) и сокращено 114 миллионов рабочих мест (по данным Международной организации труда, опубликованным в январе 2021 года). Пандемия продемонстрировала необходимость того, чтобы все компании, особенно те из них, которые в значительной степени зависят от личных контактов, были лучше защищены в будущем благодаря инновациям.

Сектор деловых мероприятий оказался одним из наиболее пострадавших. В то время как многие компании в этом секторе достигли рекордных показателей в 2019 году и прогнозировали еще более благополучный 2020 год (CWT Meetings & Events прогнозировали рост 8% в исследовании «Тренды будущего», опубликованном в сентябре 2019), пандемия повернула всё с ног с на голову.

Большинство представителей индустрии сходятся во мнении, что мероприятия «лицом к лицу» остаются востребованными, но они также понимают, что существует необходимость переосмыслить и переформатировать деловые мероприятия.

Заходя вперед, профессиональные организаторы мероприятий должны переосмыслить бизнес модели: начиная от опыта клиента, формирования и способов «упаковки» контента до вопросов операционной деятельности, таких как: потоки доходов, рабочая сила и отношения с поставщиками. Компании отрасли должны быть открыты к использованию новых технологий, чтобы вести эффективную деятельность. Они должны быть более гибкими и иметь план действий, чтобы не только пережить этот период, но и подготовиться к дальнейшему развитию.

В настоящей Белой книге содержится обзор важных вопросов, возникающих вызовов и инсайтов по мере того, как деловые мероприятия постепенно возобновляются по всему миру. Это издание, собравшее мнения лидеров индустрии и опытных практиков, поможет расставить приоритеты в нынешних условиях и выстроить пути развития в условиях COVID-19 и на перспективу.



Обращение

Основная цель деловых мероприятий – объединение людей, стимулирование сотрудничества и инноваций. Они вдохновляют нас учиться и перенимать полезный для нас опыт.

Наша индустрия сейчас находится на важном этапе. Мы давно играем большую роль в налаживании доверительного диалога между правительствами, бизнесом, отраслями, но пандемия заставила нас переосмыслить наше будущее. Что мы должны сделать, чтобы сохранить то, что мы строили годами, и в то же время продолжить развитие?

Сегодня наша деятельность во многом регулируется протоколами, которые ограничивают офлайн мероприятия, предполагающие активное взаимодействие людей друг с другом. В этих условиях мы должны задать себе несколько вопросов. Каковы мотивы и ограничивающие факторы участия в деловых мероприятиях сегодня? Как нам соблюсти строгие гигиенические меры при организации мероприятий? Что на самом деле подразумевает переход к гибриднему формату? Какие новые возможности и источники дохода мы можем освоить, даже несмотря на то, что мир продолжает бороться с пандемией?

Инновация – ключ к прогрессу. Нам надо посмотреть на нашу деятельность с другого угла зрения, свежим взглядом.

Одна из наших задач сегодня - формирование мышления роста, что зачастую требует от нас модифицировать или даже отказаться от привычных методов работы.

Многие из нас решились на это – о них идет речь в этом документе. Их истории дают нам надежду на то, что мы сможем измениться, восстановиться и сохранить устойчивость.

Влияние пандемии будет ощущаться еще долгие годы. Наука предсказывает, что COVID-19 станет частью нашей жизни, как грипп.

Мы в Профессиональной ассоциации организаторов конгрессов PCMA, Совете по туризму Сингапура STB и Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI надеемся, что идеи, представленные здесь, станут для вас источником вдохновения.



Цель деловых мероприятий – создание комьюнити и нетворкинг – остается неизменной

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sherif Karamat'.

Шерриф Карамат
Президент и CEO PCMA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kay Tan'.

Кейт Тан
Руководитель STB

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kai Hattenhorff'.

Кай Хаттендорф
Управляющий директор UFI

06

Стимул для инноваций



Статус-кво в секторе деловых мероприятий во время COVID-19 как катализатор глубокой трансформации

15

Инновации во время пандемии



Кейсы компаний, которые пересмотрели свои бизнес-модели и их составляющие

36

Заглядывая вперед



Мысли и идеи успешного применения инноваций для удовлетворения меняющихся потребностей клиентов



Стимул для инноваций

Факты

В 2017 году бизнес-мероприятия сгенерировали 2,5 триллиона долларов США и привлекли более 1,5 миллиарда участников из более чем 180 стран. Сектор стимулировал создание около 26 миллионов рабочих мест, его вклад в мировой ВВП составил 1,5 триллиона долларов США*



* Данные Совета индустрии событий от ноября 2018



Вопросы здоровья и безопасности – приоритет любого делового мероприятия

В связи с запретом на перемещения мировой туризм понес огромные потери в размере 935 миллиардов долларов США в первые 10 месяцев 2020 года*.

В секторе деловых мероприятий падение только в сфере выставок составило 68 %**. По результатам опроса UFI от января 2021 года более половины из опрошенных 450 компаний выставочной индустрии были вынуждены прибегнуть к сокращению персонала. 30% наблюдали падение прибыли более чем на 50%, в то время как десятая часть компаний отметили, что им придется закрыться, если в течение следующих полугода не будет деятельности***.

Несмотря на то, что повсеместно началась вакцинация, мир по-прежнему переживает кризис, который затронул все отрасли, радикально изменил поведение потребителей и создал множество проблем. Ситуация с COVID-19 остается весьма неустойчивой, и многие страны и компании пытаются возобновить деловые мероприятия и восстановить подобие нормальной жизни - с разной степенью успеха.

*По оценке автора Форбса Дункана Мэддена, январь 2021 года

** По данным UFI – в соответствии с опросом о влиянии COVID-19 на индустрию в 2020, опубликованном в феврале 2021

*** По данным 26-го Глобального барометра UFI, январь 2021

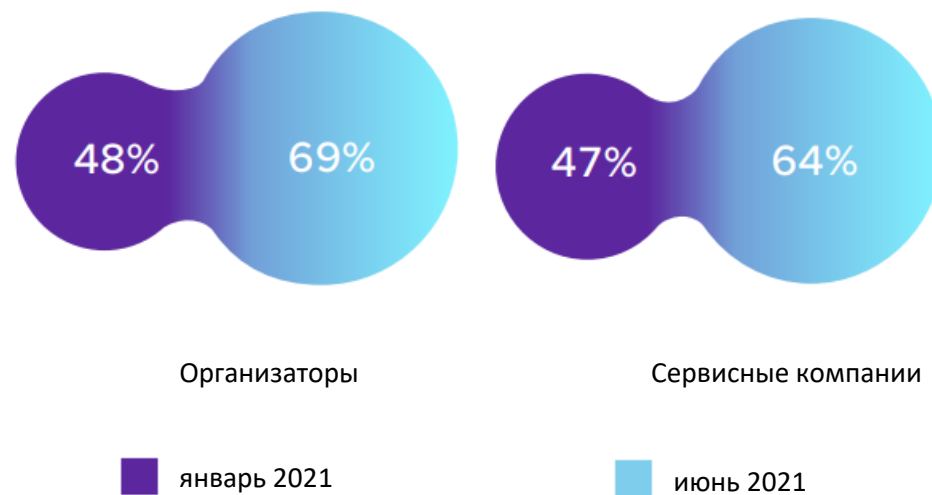
Поскольку обстоятельства в мире меняются почти ежедневно, настроения в отрасли также остаются неоднозначными. В ходе опроса, проведенного РСМА, около трети сервисных компаний и почти четверть организаторов мероприятий отметили, что они недавно участвовали в офлайн мероприятии.

Примерно 77% сервисных компаний заявили, что офлайн мероприятия стоят всех дополнительных мер предосторожности и безопасности, в то время как 63% организаторов отметили то же самое.

Тем не менее, даже несмотря на то, что более половины респондентов в каждой категории были за встречи лицом к лицу, 23% сервисных компаний и 44% организаторов не выразили готовность совершать поездки для участия в мероприятиях. При этом 31% сервисных компаний и 25% организаторов отметили, что готовы преодолевать любые расстояния, если программа того стоит.

В целом, оптимизм растет: в июне позитивный настрой насчет офлайн мероприятий испытывали 69% организаторов и 64% сервисных компаний, по сравнению с менее 50% в обеих категориях респондентов в январе**

«Я настроен позитивно насчет возобновления офлайн мероприятий»



* Опрос РСМА январь 2021, 491 организатор и 219 сервисных компаний

** Опрос РСМА, июнь 2021, 119 организаторов и 45 сервисных компаний

Ожидаемый рост доходов в выставочной индустрии в 2021 по отношению к 2020



* В исследовании PCMA в апреле 2021, 82% респондентов отметили, что планируют офлайн мероприятия в 2021; 90% in April 2021, 82 per cent of respondents say that they are plan – в 2022

**По данным 26-го Глобального барометра UFI, основанном на данных 457 компаний отрасли

Очевидно, что на деловых мероприятиях вопросы охраны здоровья и безопасности стали еще более актуальными и приоритетными. Делегаты ожидают, что будут приняты меры в области охраны здоровья и гигиены в дополнение к их традиционным требованиям и ожиданиям от мероприятия.

Безусловно, сектор деловых мероприятий пережил не один кризис. Многие помнят вспышку атипичной пневмонии в 2003 году и мировой финансовый кризис 2008 года.

В обоих случаях индустрия достойно противостояла вызовам и вынесла уроки, которые отразились на деятельности.

Но, конечно, масштабы распространения и влияния COVID-19 беспрецедентны.

Длительное закрытие международных границ, постоянные всплески заболеваемости, локдауны и связанная с ними неопределенность, а также различия в законодательном регулировании в разных странах - все это сдерживает формирование более-менее долгосрочных прогнозов.

Тем не менее, деловые мероприятия возвращаются. Организаторы формируют планы на 2021 и 2022 гг.* Ожидается, что доходы выставочной индустрии в мировом масштабе на 106% превысят показатели 2020 года, при этом в регионах также будет наблюдаться значительный рост по сравнению с прошлым годом**

Отрасль Азиатско-Тихоокеанского региона показывает наибольший рост и самые активные инновации. По данным отчета UFI, Explori и SISO «Global Recovery Insights»*, выставки в Азии, скорее всего, будут демонстрировать наибольший прирост посетителей и экспонентов по сравнению с другими регионами.

Экспоненты в Азии теперь гораздо более оптимистичны относительно своих бюджетов, и количество мероприятий, в которых они планируют принять участие, восстановилось до допандемийного уровня.

Кроме того, в Азии наблюдается повышенный интерес к онлайн и гибридным мероприятиям, при этом респонденты в два раза чаще участвуют в таких мероприятиях, чем респонденты из других регионов.

Исследование PCMA** показывает, что более значительная доля организаторов из Азиатско-Тихоокеанского региона (38%) планировали проводить мероприятия в гибридном формате по сравнению с их североамериканскими коллегами (17%). Почти 80% из них планировали организовать взаимодействие офлайн и онлайн аудитории, для сравнения в Северной Америке только 27%.



Радость делегатов не может скрыть даже маска

* По данным исследования «Global Recovery Insights», июль 2021, среди 14000 экспонентов и посетителей выставок

** Исследование проведено в апреле 2021 среди 184 организаторов и сервисных компаний Азиатско-Тихоокеанского региона

Большие надежды

Мировой сектор деловых мероприятий не может – и скорее всего уже не будет – работать так же, как это было до 2020 года.

Среди основных изменений, происшедших за последние 18 месяцев, ускоренная цифровизация отрасли. Вебинары стали мейнстримом, а многие мероприятия, которые первоначально планировались в офлайн, прошли онлайн.

Однако все еще остро стоит вопрос о финансовой жизнеспособности онлайн мероприятий, особенно в долгосрочной перспективе. Экспоненты предпочитают офлайн мероприятия виртуальным с точки зрения ценности и качества взаимодействия, а также отдачи от инвестиций*. Посетители и экспоненты сходятся в том, что существующие цифровые возможности не позволяют воспроизвести живое взаимодействие, являющееся отличительной чертой офлайн событий.

Основной вопрос сегодня не столько в том, заменят ли онлайн мероприятия офлайн формат. Речь скорее о новом подходе к традиционным и цифровым элементам мероприятий для удовлетворения меняющихся потребностей клиентов и охвата большей части рынка. Деловые мероприятия, заточенные как правило под живое общение, нуждаются в переформатировании под все типы взаимодействия и участия. Они должны развиваться с помощью имеющихся технологий и использовать по максимуму возможности множества доступных платформ. Это важнейший сдвиг в парадигме, который должен лежать в основе любого плана восстановления.

Цифровое пространство открывает множество возможностей для отрасли. Так, цифровые платформы стали незаменимыми для организаторов, которые ищут способ донести определенный контент для тех, кто не хочет или не может принять участие в офлайн мероприятии. Это позволяет организаторам мероприятий повысить узнаваемость бренда и расширить охват, даже несмотря на то, что во многих регионах все еще действуют ограничения и закрыты границы. Цифровой опыт также стимулирует аудиторию участвовать в офлайн мероприятиях, поскольку качество онлайн мероприятий служит показателем способности организатора проводить физические мероприятия. Для организаторов цифровые платформы также предоставляют важные данные о посетителях, которые можно использовать для ретаргетинга и оптимизации будущего опыта. Сегодня основная задача организатора найти способ связать воедино цифровой и физический опыт участника, вовлечь его и донести контент, комбинируя традиционные элементы мероприятия и возможности технологий.

Распространение новых технологий в сочетании с изменившимися ожиданиями участников стимулируют организаторов мероприятий мыслить нестандартно и сейчас, в период пандемии, и после нее.



Лидеры индустрии сочетают традиционные мероприятия с современными технологиями, включая, к примеру, голографию

“Деловые мероприятия,
заточенные как правило под
живое общение, нуждаются в
переформатировании под все
типы взаимодействия и
участия

Иновации во время пандемии



COVID-19 высветил уязвимость традиционных форматов деловых мероприятий и необходимость инноваций. Пандемия и связанный с ней кризис заставили отрасль экспериментировать и приступить к преобразованию рабочих процессов, учитывая новые потребности рынка.

Есть три ключевых сферы, нуждающиеся в переформатировании для скорейшего восстановления деятельности. Это:

- Бизнес модели
- Опыт клиента
- Персонал

В этом разделе лидеры индустрии со всего мира поделятся своими мыслями о том, как провести трансформацию.

Переосмысление бизнес моделей



Думай и действуй как стартап



Определи свои ключевые преимущества



Импровизируй и диверсифицируй

Переосмысление опыта клиента



Мечтай о большем, начинай с малого



Становись омниканальным

Переосмысление процессов управления персоналом



Взаимодействуй с сотрудниками проактивно и прозрачно



Развивай цифровую грамотность и навыки



Используй разные источники для поиска талантов и идей

Переосмысление бизнес моделей



Как переосмыслить и переформатировать традиционную, складывавшуюся годами деятельность компаний-организаторов мероприятий? Пандемия ускорила процессы изменений, которые происходили годами, уложив их в один год – 2020.

Сейчас игроки индустрии стремятся создать новую ценность для партнеров и участников, и они должны начать с того, чтобы подумать о своих ключевых предложениях и возможностях. Инновации заключаются в адаптации к потребностям клиентов и признании того, какие аспекты бизнеса актуальны для текущих требований, а какие нет.

Думай и действуй как стартап

GEVME, международная сервисная компания в сфере технологий для деловых мероприятий, базирующаяся в Сингапуре, сфокусировалась и инвестировала в разработку идей продукта, отказываясь от тех, которые казались многообещающими, но прототипы оказывались несостоятельными



В марте 2021 года на WIT Travel Roadshow GEVME реализовала свой проект Hosted Rooms с учетом ошибок Serendipity Rooms

Всего за одну неделю в 2020 году все запланированные мероприятия, где была задействована компания GEVME, были отменены или отложены. Единственным выходом было гибко и оперативно реагировать: нужны были свежие идеи. «Компании отрасли должны начать вести себя как стартапы», утверждает Вемал Гунгадин, основатель и CEO GEVME. "Это значит быть готовым разрабатывать прототипы, тестировать их и быть готовым от них отказаться, если идеи оказываются нежизнеспособными«. Затраты на такие инновации могут вырасти в два-три раза в краткосрочной перспективе, но эти расходы надо рассматривать как опыт и инвестиции в устойчивость бизнеса.

Когда дело доходит до экспериментов, GEVME не ограничивается разговорами. В качестве примера: Гунгадин отмечает, что был очень воодушевлен идеей создания Serendipity Rooms, которая находилась в разработке в 2020 году. Идея заключалась в том, чтобы создать взаимодействие небольшой группы делегатов на площадке с единомышленниками в цифровом пространстве.

“Мы быстро
опробуем новые
идеи, но мы так же
быстро отказываемся
от них, если видим,
что они не работают.
Что важно – мы
извлекаем уроки из
собственного опыта.

Вемал Гунгадин,
основатель и CEO GEVME

Однако, когда компания начало это реализовывать, оказалось, что многие пользователи предпочитали отмалчиваться в ожидании когда кто-то другой начнет дискуссию.

Команда поняла, что стремление заполнить паузу при живом общении не работает в онлайн, где люди могут просто покинуть платформу. Благодаря этому наблюдению GEVME изменили подход и включили в процесс фасилитатора, который вел диалоги в нужном направлении. Идея оказалась успешной и была реализована на WIT Travel Roadshow в этом году.

Компания продолжает развивать деятельность, используя то, что доказывает свою эффективность и отказываясь от того, что не работает.

“Мы быстро опробуем новые идеи, но мы так же быстро отказываемся от них, если видим, что они не работают. Что важно – мы извлекаем уроки из собственного опыта,” заключает Гунгадин.

Определи свои преимущества

Unexpected Atlanta, который занял первое место в рейтинге TripAdvisor за свои туры по Атланте, изменил свою бизнес-модель, учитывая падение спроса на традиционные пешие туры – но при этом остался верным своей миссии



Unexpected Atlanta объединила культуру и кухню города через подарочную коробку, наполненную продуктами от местных производителей, в паре с виртуальным туром по достопримечательностям Атланты

Занимаясь написанием книг о еде и путешествиях в течение почти десяти лет, Акила МакКоннелл решила запустить бизнес, основанный на её страсти к путешествиям, еде, истории и культуре. В 2015 году она основала Unexpected Atlanta, специализирующуюся на организации туров, объединяющих историю американского Юга и особенности местной кухни.

Когда пандемия привела к снижению числа туристов в США, МакКоннелл стала искать вдохновение в историях крупных брендов. "В 1920-х годах, когда американское правительство запретило алкоголь, Будвайзер и Корс стали продавать мороженое и керамику. Подобно тому периоду в американской истории, пандемия COVID-19 побудила нас диверсифицировать наш бизнес", - вспоминает МакКоннелл.

Компания стала предлагать виртуальные туры, дополненные отправкой клиентам тематических подарочных боксов по теме тура. 20

“Придумав комбинацию виртуальных туров и подарочных боксов, мы создали полноценный продукт для наших клиентов

Акила МакКоннелл
основатель Unexpected Atlanta

“Придумав такую комбинацию виртуальных туров и подарочных боксов, мы создали полноценный продукт для наших клиентов” отмечает МакКоннелл. Проект Unexpected Virtual Tours помог бизнесу не только выжить в условиях COVID-19, но и стал основным источником доходов компании, который принес 80% от продаж 2019 года.

Спрос на новый продукт вырос. Кроме того, с уже отработанной схемой отправки подарочных боксов, МакКоннелл создала еще один продукт – Unexpected Gifts, сосредоточившись на продаже подарочных боксов с продукцией малых предприятий, что позволило ей расширить границы своего бизнеса.

Импровизируй и диверсифицируй

Harry the hirer, крупная австралийская компания, специализирующаяся на сервисных услугах для мероприятий: поставщик шатров, мебели, осветительных приборов, аудио и видеоборудования, пересмотрела существующие активы для удовлетворения изменившихся потребностей клиентов



Студия, которая ранее была складом, использовалась для показов мод, онлайн мероприятий и форумов, таких как "Главная сцена" – мероприятие австралийской музыкальной индустрии в апреле 2021 года

В то время как пандемия стимулировала бизнес искать новые пути удовлетворения потребностей клиентов, компания Harry the hirer сосредоточилась на том, как они могут использовать имеющиеся у них активы. "Из-за COVID-19 нам пришлось диверсифицировать наши продукты и услуги. Однако в основном не было необходимости начинать полностью с нуля", отмечает Гэб Робинсон, CEO Harry the hirer.

Компания использовала существующую у нее интеллектуальную собственность, площадки и инвентарь для создания студии – они оснастили высокотехнологичным оборудованием свой шоурум в Мельбурне и стали предоставлять его для заказчиков для проведения и трансляций выставок и семинаров. Студия использовалась для онлайн и гибридных событий, включая показы в рамках Мельбурнского фестиваля мод. По сути это стало полноценной съемочной площадкой.

“Из-за COVID-19
нам пришлось
диверсифицировать
наши продукты и
услуги. Однако в
основном не было
необходимости
начинать полностью
с нуля

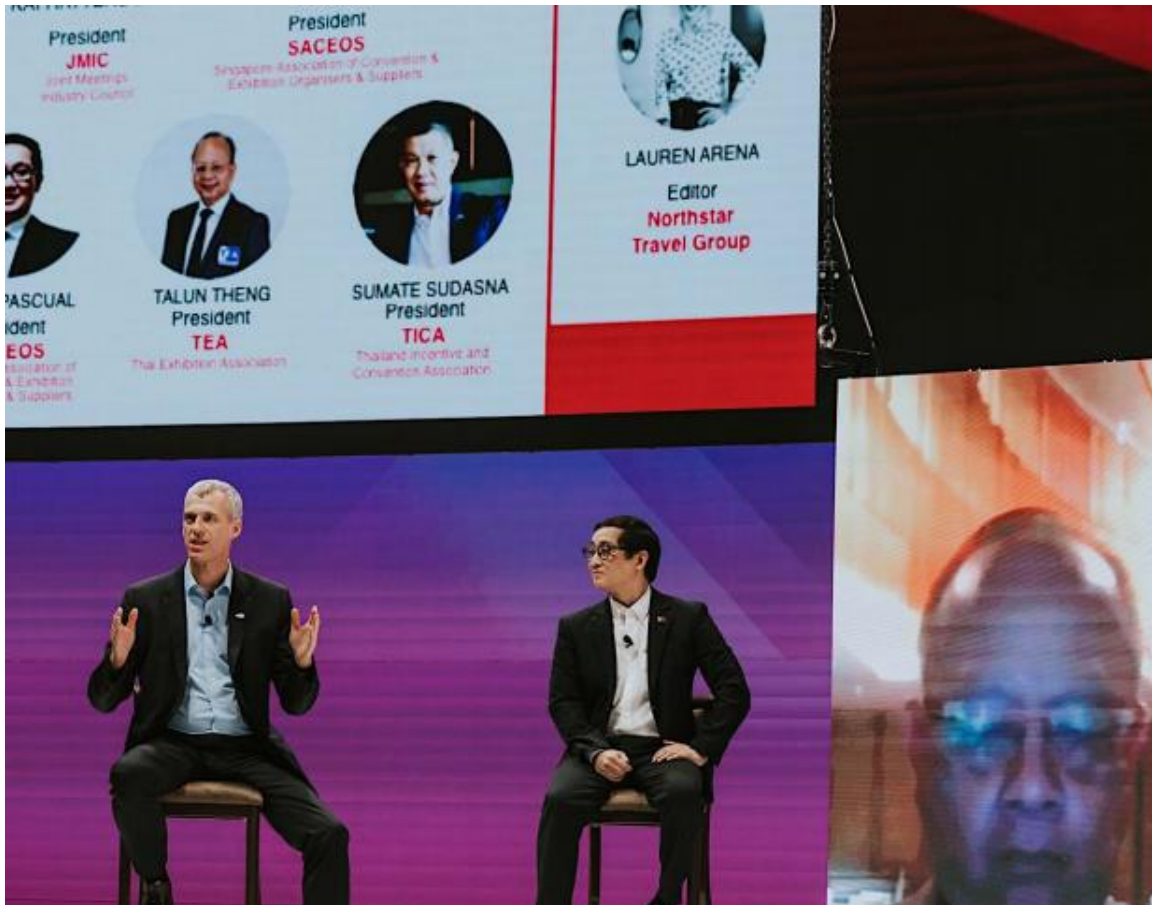
Гэб Робинсон,
CEO Harry the hirer

Помимо превращения бывшего мебельного склада в студию, компания также нашла новое применение шатрам – в качестве медицинских пунктов тестирования и временных госпиталей. Это был разумный шаг, поскольку спрос на такую инфраструктуру вырос по всей Австралии в последующие месяцы.

Программисты компании сосредоточились на разработке технологии под названием Smart Badge (Умный бейдж), которая была успешно внедрена Конгресс-центром Канберры для отслеживания перемещения участников и соблюдения социальной дистанции.

Подытоживая Робинсон заявляет: "Только благодаря нашим сотрудниками, которые продемонстрировали такую изобретательность и инициативу, мы смогли развить и коммерциализировать все эти уникальные идеи".

Переосмысление опыта клиента



Оmnikanальность обеспечивает более динамичное взаимодействие и расширяет охват аудитории

По мере расширения и распространения мер безопасности будут трансформироваться площадки – конференц-залы, конгрессные и выставочные центры.

Платформы и форматы мероприятий, каналы донесения информации должны меняться, будь то разработка контента для онлайн и офлайн, или создание возможностей для нетворкинга на площадке. Распространение технологий открыло нам возможности к использованию цифровых инструментов и методов для усиления вовлеченности аудитории. Ключ к созданию действительно ценного продукта сегодня - это гибкость.

Мечтай о большем, начинай с малого

Почти сразу же после начала пандемии специально созданная рабочая группа при Министерстве промышленности и торговли Сингапура сформировала Альянс, в состав которого вошли руководители компаний государственного и частного секторов. Задачей Альянса было внедрить новые способы формирования безопасного опыта посетителей мероприятий



В числе прототипов, опробованных Альянсом, были кабины для переговоров, оборудованные стеклянными перегородками для разделения участников и микрофонами с обеих сторон от перегородки

“В условиях COVID-19 важно не бояться проводить “полевые испытания» новых решений” считает Эндрю Пхуа, руководитель подразделения выставок и конференций Сингапурского совета по туризму. Пхуа был одним из руководителей рабочей группы при Альянсе, которая опробовала различные прототипы бизнес-мероприятий. Например, были разработаны и опробованы протоколы тестирования делегатов на площадке.

После консультаций с Сингапурским агентством по науке, технике и исследованиям был разработан индивидуальный дизайн помещений для проведения встреч и переговоров и выставочных стендов с учетом требований безопасности.

Безопасные маршруты были продуманы таким образом, чтобы иностранные делегаты могли спокойно и без ущерба здоровью перемещаться по Сингапуру вне рамок деловых мероприятий. Альянс также разработал различные технологические решения для деловых мероприятий.

“ Ситуация с COVID-19
остается весьма
неустойчивой, и
гибкий подход к
обеспечению
безопасности
позволит проводить
мероприятия даже в
условиях
неопределенности

Эндрю Пхуа,
руководитель подразделения выставок и
конференций Сингапурского совета по туризму

Travel Revive, первая международная туристическая выставка, которая состоялась в Азиатско-Тихоокеанском регионе во время COVID-19, использовала интегрированное решение на базе технологий искусственного интеллекта, включающее в себя сканирование температуры, проверку наличия маски, контроль социальной дистанции, обнаружение симптомов инфицирования у участников и контроль плотности потока толпы.

Форум PCMA Convening Leaders 2021, который впервые за 64 года прошел за пределами Северной Америки, стал еще одной площадкой демонстрации инновационных технологий. Благодаря технологиям сингапурское мероприятие объединило онлайн и офлайн аудиторию на всех континентах, а, например, Президент PCMA Шерриф Карамат находясь в Торонто принял участие в дискуссии в «живом» формате с помощью технологии голографии.

Поиск технологических решений для безопасного проведения мероприятий продолжается. "Ситуация с COVID-19 остается весьма неустойчивой, и гибкий подход к обеспечению безопасности позволит проводить мероприятия даже в условиях неопределенности", отмечает Пхуа.

Становись омниканальным

Итальянское общество анестезии, анальгезии, реанимации и интенсивной терапии (SIAARTI), которое проводит обучение и установление стандартов в области здравоохранения, вместе в компанией ивент-отрасли AIM Group International работало над сохранением взаимодействия со своими членами в условиях повышенных ограничений по всей Италии.



Используя передвижную студию, организованную в грузовике, SIAARTI смогла встретиться со своими членами, несмотря на пандемию, и обсудить важные темы

Каждую осень SIAARTI проводит свой ежегодный конгресс iCare, но COVID-19 не позволил провести офлайн мероприятие. Тем не менее ассоциация хотела лично встретиться со своими членами, особенно с анестезиологами и реаниматорами, которые находились на передовой в плане борьбы с пандемией. Решением, созданным совместно с организатором мероприятий AIM Group International, стало роудшоу с использованием грузового авто, в котором размещалась студия, контент из которой транслировался на больших экранах.

“Ограничения на массовые мероприятия стимулировали нас творчески подойти к организации этого важного ежегодного мероприятия и придумать совершенно новый формат”, отмечает Гайя Санторо, руководитель проектов и отдела спонсорства компании AIM Group International. SIAARTI и AIM Group International провели роудшоу по 8 городам, проехав более 1800 км. В общей сложности более 800 человек были задействованы в проекте, включая врачей, спикеров и представителей разных учреждений.

“Ограничения на массовые мероприятия стимулировали нас творчески подойти к организации этого важного ежегодного мероприятия и придумать совершенно новый формат

Гайя Санторо,
руководитель проектов и отдела спонсорства
компании AIM Group International

Помимо роуд шоу, в проекте присутствовали цифровые элементы. Некоторые материалы, записанные в студии грузовика, такие как интервью, выступления и обсуждения за круглым столом с врачами, были размещены на веб-сайте конгресса. Деловая программа виртуального конгресса сильно отличалась от программы офлайн мероприятия. В итоге она приняла вид телевизионной программы с вкраплениями контента, интервью и многочисленными роликами.

Конечно, не обошлось без сложностей. Так, на всех восьми остановках тура требовалось серьезное техническое оснащение. Логистика передвижения и стоянка грузовика должны были согласовываться с больницами, а трансфер сотрудников должен был осуществляться в соответствии с действующими требованиями безопасности. Но формат был эффективен: "Мы были рады принять участие в таком проекте. Кроме того, SIAARTI планирует и далее задействовать некоторые цифровые элементы, даже когда станет возможным проводить офлайн мероприятия" комментирует Санторо.

Переосмысление процессов управления персоналом



Следующее поколение деловых мероприятий требует новых знаний и навыков для достижения успеха

Деловые мероприятия - это прежде всего люди, как на площадке, так и за кулисами. Очень немногие технологии могут работать полностью автономно, поэтому нельзя забывать и о развитии персонала.

Компании должны создавать для своих сотрудников возможности для совершенствования навыков и знаний в области цифровых технологий, гигиены и охраны здоровья и омниканальности. В то же время, развивая собственный персонал, операторам деловых мероприятий следует рассматривать и возможность стратегического аутсорсинга, чтобы иметь возможность своевременно и экономически эффективно удовлетворять новые цифровые и операционные потребности.

Взаимодействуй с сотрудниками проактивно и прозрачно

Montgomery Asia, дочерняя компания британской группы Montgomery, которая более века организует мероприятия и конференции, обнаружила, что пандемия открыла новые возможности для вовлечения членов команды в процесс принятия решений и увеличения их заинтересованности



Платформа Safe Event, разработанная совместно с сингапурскими стартапами и опробованная на мероприятии Geo Connect Asia (организовано Montgomery Asia), использует технологию Bluetooth для отслеживания нахождения и взаимодействия участников конференции

В 2020 году управление преобразованиями занимало важное место в повестке многих бизнесов, и решающее значение для выживания имеет осознание необходимости изменений.

Управляющий директор Montgomery Asia Кристофер Маккуин осознавал, что одной из ключевых задач было расширение прав и возможностей сотрудников компании. Они собрали команды со всего мира (виртуально) для обсуждения того, что необходимо сделать для диверсификации бизнеса в этот сложный период.

“Мы прислушивались ко всем интересным идеям, которые шли от сотрудников всех уровней компании”, вспоминает Маккуин. “Руководство компании сделало так, чтобы голоса всех сотрудников были услышаны и чтобы были рассмотрены разные точки зрения при определении дальнейшего направления развития нашего бизнеса, наших мероприятий, а также комьюнити и отраслей, которые мы обслуживаем”

“Руководство
компании сделало
так, чтобы голоса всех
сотрудников были
услышаны и чтобы
были рассмотрены
разные точки зрения
при определении
дальнейшего
направления развития
нашего бизнеса

Кристофер Маккуин
Управляющий директор Montgomery Asia

Далее необходимо было удостовериться, что все задействованные стороны готовы к трансформациям.

С этой целью Montgomery Asia организовала занятия для экспонентов, обучая их всем инновационным офлайн и онлайн аспектам мероприятий. Тренинги проводились также с сотрудниками компании, подрядчиками и партнерами.

Внешние партнеры по-прежнему продолжают играть решающую роль в организации мероприятий. Так, сингапурские компании Viatick и Trakomatic помогли разработать и адаптировать для мероприятия Geo Connect Asia платформу Safe Event.

"Для удовлетворения потребностей заказчиков необходимо тесное партнерство с техническими специалистами и одновременно повышение квалификации собственного персонала. Что нужно компаниям-организаторам – это баланс инвестиций в человеческие ресурсы и коммерческой рентабельности мероприятий", отмечает Маккуин.

Развивай цифровую грамотность и навыки

Сингапурская ассоциация организаторов и поставщиков конгрессов и выставок (SACEOS) стала первой ассоциацией MICE индустрии, которая выпустила серию технических справочников для выставочной индустрии и наладила партнерские отношения с учреждениями на местах в целях разработки общих подходов к обучению и повышению квалификации



Донести контент до аудитории в цифровом пространстве в условиях COVID-19 стало особенно актуальным, поэтому SACEOS организовал мастер-классы, посвященные созданию захватывающего контента для различных платформ

COVID-19 изменил ожидания делегатов и посетителей как в отношении офлайн, так и онлайн форматов. Чтобы помочь организаторам мероприятий Сингапура приспособиться к новым условиям, SACEOS совместно с Сингапурским университетом социальных наук разработали образовательные курсы по ивент-менеджменту, чтобы вооружить студентов практическими знаниями, необходимыми в текущей ситуации. В рамках этих программ слушатели обучаются в числе прочего методам оценки рисков и навыкам системного мышления. “Подготовка профессионалов ивент-сферы к деятельности в условиях COVID-19 не ограничивается обучением работе с новыми технологиями”, отметил Ричард Айланд, вице-президент по профессиональному развитию SACEOS, “Сотрудники компаний отрасли должны также развивать навыки коммуникации, разработки контента, управления данными и обеспечения кибербезопасности”. В целях дальнейшей подготовки отрасли к удовлетворению потребностей будущей экономики SACEOS в партнерстве с Национальным конгрессом профсоюзов создают объединение учебных заведений Сингапура.

“Обучение - это непрерывный путь, и мы стремимся сформировать специалиста, обладающего полным спектром необходимых знаний и навыков - в этом сейчас нуждается индустрия

Ричард Айланд
вице-президент по профессиональному
развитию SACEOS

Целью такой коллаборации станет формирование новых планов развития карьеры и создание соответствующих образовательных программ.

Цель заключается в создании платформы, которая будет способствовать перекрестному обмену опытом и передовых практик между отраслями и в конечном счете способствовать восстановлению индустрии через использование опыта компаний как государственного, так и частного секторов.

Параллельно с этим SACEOS также представила мастер-класс по созданию стратегической концепции и цифровому маркетингу, чтобы помочь практикам бизнес-мероприятий удовлетворить потребности клиентов в условиях омниканальности. Цель заключается в том, чтобы предоставить специалистам по деловым мероприятиям как можно больше возможностей для расширения арсенала знаний и навыков. "Обучение - это непрерывный путь, и мы стремимся сформировать специалиста, обладающего полным спектром необходимых знаний и навыков - в этом сейчас нуждается индустрия", - прокомментировал Айланд.

Используй разные источники для поиска талантов и идей

Мельбурнский конгрессно-выставочный центр (МСЕС), самый большой в Австралии, подошел творчески к пересмотру своей деятельности в пандемию



В рамках своей деятельности по перезапуску бизнеса МСЕС вместе с партнерами нашли новые способы получения доходов: от проведения киносъемок на площадке и подготовки собак-поводырей до запуска первого в Австралии автокинотеатра

Когда начались отмены и переносы крупномасштабных мероприятий в Австралии, МСЕС создал группу по перезапуску бизнеса, чтобы стимулировать создание и реализацию новых бизнес-концепций, при этом компания не ограничилась только ресурсами собственного персонала. “Мы приветствовали все идеи: грандиозные и скромные, традиционные и совершенно новые, как внутри, так и за пределами организации. Мы провели их оценку и определили их приоритетность,” сообщил Питер Кинг, CEO МСЕС. Для сбора идей в августе 2020 МСЕС организовал онлайн хакатон Unconventional Ideas (Нетривиальные идеи), который длился 2,5 дня. Это мероприятие предоставило возможность более чем 100 участникам - новаторам и экспертам отрасли – выдвинуть и обсудить идеи для выхода МСЕС на новые рынки и поиска новых источников доходов. Одна из идей хакатона, которая дошла до реализации - Sound Studios (студия звукозаписи), была представлена одним из операционных менеджеров компании. В рамках этого проекта МСЕС в партнерстве с Film Victoria организовали съемки фильма Лиамы Нисона Blacklight на площадке центра.

“ Мы приветствовали все идеи: грандиозные и скромные, традиционные и совершенно новые, как внутри, так и за пределами организации. Мы провели их оценку и определили их приоритетность

Питер Кинг,
СЕО МСЕС

Требования к производству фильмов, конечно, отличаются от выставок и конференций. Так, центральная часть здания была использована в качестве основной площадки для съёмок фильма, а серверная изображала тюрьму. Благодаря этому проекту МСЕС получил доход на 32 процента больше по сравнению с традиционными мероприятиями. Одновременно киноиндустрия Мельбурна получила более 500 рабочих мест для местного актёрского состава и команды.

По следам краудсорсинга в Unconventional Ideas , МСЕС продолжает изыскивать альтернативные варианты использования площадки и ее ресурсов. Пространство использовалось для тренировки собак-поводырей, а также в центре открылся первый автокинотеатр в Австралии.

“То что мы сделали за полгода, до COVID заняло бы два года или даже больше. Теперь у нас есть набор идей, с которыми мы работаем и с нетерпением ждем будущего,” отмечает Кинг.



Заглядывая
вперед



Мы должны взаимодействовать с аудиторией где бы она ни находилась

Все описанные выше кейсы свидетельствуют о том, что сектор деловых мероприятий будет развиваться и далее, с использованием новых подходов. Инновации в условиях пандемии - это не способ вернуться к доковидным уровням деятельности, а начало трансформации. Организаторы мероприятий должны изучить новые пути ведения бизнеса, использовать омниканальный подход, новые форматы мероприятий и новейшие технологии.

Ключом к успеху любого делового мероприятия всегда было привлечение качественных клиентов, формирование их лояльности и преобразование их в постоянных клиентов, готовых тратить время и деньги на мероприятие. Построение лояльного сообщества важнее, чем просто успешное проведение двухдневной конференции в лучшем конференц-центре.

“Инновации в условиях пандемии - это не способ вернуться к доковидным уровням деятельности, а начало трансформации

Несмотря на вызовы COVID-19, деловые мероприятия возрождаются. Все больше и больше компаний продолжают ключевую деятельность - создание комьюнити и организацию нетворкинга, только уже с применением технологий.

Трудно предсказать как будет выглядеть отрасль через несколько лет, но абсолютно ясно, что игрокам индустрии необходимо внедрять гибридные решения как можно скорее и продолжать адаптироваться, чтобы отвечать на меняющиеся запросы клиентов. Они также должны переформатировать свои бизнес-модели и модели доходов и вооружить свой персонал необходимыми знаниями и навыками. Ошибки неизбежны, но главное – выносить из них уроки на будущее.

Тот, кто наиболее эффективно и экономически выгодно удовлетворяет потребности клиентов, быстрее всего восстановится и будет служить маяком для остальных представителей отрасли.

