

Mierzenie efektów jako konieczny warunek spotkań nowej generacji

Sławomir Wróblewski

Nową tendencją w przemyśle spotkań jest dążenie do wykazywania efektywności organizowanych spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych, albo mówiąc inaczej – zdolności osiągania dzięki danej konferencji zakładanych celów biznesowych. Jest to odpowiedź na potrzeby zleceniodawców konferencji, którzy oczekują konkretnych dowodów, iż poniesione przez nich nakłady na przygotowanie i zrealizowanie danego wydarzenia zapewniają atrakcyjny zwrot z inwestycji. Dla spełnienia takiej potrzeby wypracowywane są metody mierzenia, wśród nich rozbudowany i dojrzały system mierzenia zwrotu inwestycji w spotkania – Event Return on Investment.¹

Wyniki analiz wskazują, iż dobrze zaplanowane i zrealizowane spotkania zapewniają wysoki ROI. Kongresy, konferencje i eventy biznesowe², które zapewnią wysoki ROI, będą mogły nadal liczyć na rozwój i finansowanie, natomiast zagrożona jest przyszłość spotkań, które nie zaspokajają potrzeb współczesnych, coraz bardziej wymagających interesariuszy spotkań (uczestników, sponsorów, zleceniodawców).

Celem artykułu jest analiza wzorca (paradygmatu) „spotkań nowej generacji”, wykorzystujących metody planowania i mierzenia efektów zgodnie z metodologią ROI, jako warunku koniecznego dla uzyskania przewagi konkurencyjnej na współczesnym rynku.

Słowa kluczowe: kongresy, konferencje, spotkania nowej generacji, przemysł spotkań, innowacje, efekty spotkań, metody mierzenia, Return on Investment, ROI.

Measurement of effects as the indispensable condition of new generation meetings

Striving to manifest the effectiveness of meetings and business events, or to put it differently - the ability to achieve the business goals of the conference, is a new trend in the meetings industry. This is in response to the needs of clients of the conference who expect as concrete as possible evidence that their expenditure for the preparation and implementation of the event lead to reasonable reimbursement. To meet such needs there are method of measurement developed, including a holistic and mature system of measuring the return on investment in meetings -- called Event Return on Investment methodology.

The results of the analysis indicate that a well planned and executed meetings provide a high ROI. Congresses, conferences and business events,

which ensure a high ROI, will be able to continue to count on the development and financing. The future of traditional meetings is threatened, as they do not satisfy the needs of today's increasingly demanding meetings' stakeholders, i.e. participants, sponsors, and clients.

The aim of the article is to analyze the pattern (paradigm) of "new generation meetings", which use methods of planning and measuring outcomes according to the ROI methodology, as a precondition for gaining a competitive advantage in today's market.

Keywords: congresses, conferences, meetings of the new generation, industry meetings, innovation, results of meetings, methods of measurement, Return on Investment, ROI.