

Specijalizacija turističkih agencija

Je li turistička agencija = PCO, DMC, EMC?

Turističke agencije nude čitav niz svojih usluga različitim klijentima – od klasičnih turista do poslovnih ljudi. Većina stručnjaka iz kongresne industrije slažu se u tome da kongresi, incentivi i slična poslovna događanja i nisu turizam u klasičnom smislu nego samo koriste njegovu infrastrukturu. Tu situaciju vrlo jasno pojašnjava donja tabela autora Gary Grimmera iz tvrtke GainingEdge:

Kongresna industrija* se razlikuje od klasičnog turizma		
ČIMBENIK	KLASIČNI TURIZAM	KONGRESNA INDUSTRIJA
Sudionici	Turisti	Profesionalci / Poslovni ljudi
Motivacija putovanja	Odmor / Zabava / Ugoda	Posao / Učenje / Povezivanje
Svrha putovanja	Odmor	Posao
Potrebe putnika	Povoljni paket aranžmani	Visoko profesionalne, stručne usluge
Kupci usluga	Tour Operatori / Turističke agencije	Kongresni planeri / PCO
Motivacija kupaca	Provizije i naknade	Uspješni i profitabilni sastanci
Kriteriji za odluku	Primamljivost destinacije	Dostupnost / Svrsishodnost
Usluge za kupce	Rezervacije / Programi	Smještaj / Registracija / Događaji
Kanali prodaje	Tour Operatori / Turističke agencije / Rezervacijski sustavi	Korporacije i udruženja / Profesionalni kongresni organizatori
Dobavljači	Turistička industrija	PCO / DMC / Prostori / Specijalni izvođači
Marketinški pristup	Promocija / Marketing / Prodaja	Direktna prodaja
Veličina grupe	Individualci ili male grupe	Od deset do nekoliko tisuća sudionika
Gospodarski učinak	Direktna potrošnja	Razvoj, trgovina i ulaganje
TURISTIČKI UREDI	ISKUSNI	NEISKUSNI

** Izraz Kongresna industrija ovdje obuhvaća sve vrste skupova, incentiva, događanja, sajmova*

Autor: Gary Grimmer, GainingEdge, EdgyThinking

Sukladno navedenome, pristup kongresnoj industriji treba biti potpuno drugačiji od pristupa klasičnom turizmu. Tvrtke koje se bave kongresnom industrijom mogle bi se uglavnom svrstati u sljedeće kategorije:

- **PCO** – Profesionalni kongresni organizator
 - Pruža potpunu i cjelovitu uslugu planerima kongresa. Ponekad može angažirati i DMC za usluge u destinaciji kao što su izleti, večere i sl. ili pak EMC za tematske događaje. Ako izuzetno dobro poznaje destinaciju, najčešće PCO organizira ovakve usluge samostalno.
- **AMC** – Tvrtka za upravljanje udruženjima
 - Pruža usluge upravljanja i administriranja za različite udruge i profesionalna udruženja. Za organizaciju njihovih sastanaka i događanja angažira PCO ili EMC ako sam ne ispunjava zakonske uvjete za pružanje takvih usluga.
- **DMC** – Tvrtka za upravljanje destinacijom
 - Pruža usluge u destinaciji koju izuzetno dobro poznaje, osobito u kreiranju i implemetanciji raznih događanja, aktivnosti, izleta i logistike cijelog programa.
- **EMC** – Tvrtka za upravljanje događajima
 - Pruža usluge u različitim područjima korporativnih događanja, marketinga, specijalnih događaja kao što su koncerti, dodjele nagrada, promocija proizvoda, modnih revija, zabava, vjenčanja i slično.

Ako pogledamo ove, gore nabrojene, kategorije moramo se zapitati koji su bitni čimbenici koji tvore razliku između neke od ovih tvrtki i klasične turističke agencije? Odgovor bi bio: specijalizacija i iskustvo. Naravno, osnovna znanja su obvezatna ali je dugogodišnje iskustvo u kongresnoj industriji ključni faktor koji razlikuje npr. PCO od klasične turističke agencije. Ozbiljni planeri kongresa, incentiva i

korporativnih događanja su vrlo svjesni ove činjenice i za svoje događanje će zasigurno odabrati neku od ovakvih tvrtki koja je specijalizirana u ovom segmentu poslovanja. Stoga, one tvrke koje se žele ozbiljno i profesionalno baviti ovim poslovima morat će se specijalizirati kako bi privukle ozbiljne klijente.

Da bi postala profesionalni organizator kongresa, tvrtka mora pružiti – između ostalih – i ove specijalne usluge*:

- Upravljanje programom
- Marketing i promocija
- Upravljanje sažetcima
- Briga oko predavača
- Prijedlog proračuna i kotizacija
- Upravljanje financijama
- Vođenje izložbe i postera
- Briga o sponzorima
- Proces registracije
- Rukovođenje događajem na terenu
- Osiguravanje tiskanih i drugih materijala
- Izbor samog mjesta događanja
- Rezervacija smještaja
- Osiguranje kongresne tehnike
- Briga o društvenom programu, izletima, prijevozu
- Opće savjetovanje i rukovođenje događajem
- Društveno odgovorno ponašanje

* Popis standardnih usluga PCO-a utvrđn od strane IAPCO-a (*International Association of Professional Congress Organizers*)

Primjeri dobre prakse

Kada smo dobili zahtjev za organizacijom europske znanstvene konferencije u Dubrovniku, znali smo da je to događaj koji se već 10 godina događa u europskim gradovima. Dubrovnik se pokazao kao „magnet“ koji je privukao kako organizatore tako i sudionike konferencije. Ispostavilo se da je konferencija privukla 30% više sudionika od uobičajenog broja zahvaljujući atraktivnoj destinaciji ali i činjenici da je dio delegata kombinirao znanstveno sudjelovanje s posjetom jedinstvenom Dubrovniku. U anketama su delegati i naznačili važnost destinacije kao bitan dodatni faktor značaju konferencije.

Napravili smo konferencijsku web stranicu s automatiziranim upravljanjem sažetcima, registracijom i plaćanjima. Naravno, pružili smo sve usluge vezane uz destinaciju ali isto tako i financije, marketing, sponzorstva i izložbeni dio konferencije. Naš ured je poslužio i kao tajništvo konferencije i obavljao sve poslove vezane uz to (registracija sudionika, smještaj, plaćanje kotizacija, briga o društvenom programu, o putovanjima, vizama i sl.). također smo brinuli i o svim potrebama predavača kao i post-konferencijskih događanja.

Jedan od izazova s kojim smo se susreli jest kašnjenje u isporuci roba iz inozemstva među kojima su bili i materijali neophodni za registraciju konferencije – oznake i brendirane trakice za akreditacije. Isporuka je „zapela“ na carini u petak i nije mogla stići prije ponedjeljka. Kako bismo otvorili registraciju po planu u nedjelju, s našim lokalnim dobavljačem dogovorili smo tijekom vikenda tisak oznaka i nabavu ne-brendiranih trakica. Kada je isporuka napokon stigla u ponedjeljak, brendirane trakice smo poklanjali sudionicima.

Jasno je da svaka turistička agencija ne može biti PCO ili DMC ili EMC ili AMC. Da bi to postala, potrebno je puno, puno više od pukog dodavanja tri slova iza imena agencija – prije svega potrebno je stalno obrazovanje, stjecanje iskustva i znanja kroz duge godine rada u industriji. Zato je svakako budućnost u specijalizaciji – bilo da je ona obavezna kroz zakonska rješenja ili dobrovoljna kroz profesionalne udruge. Klijenti to prepoznaju i nagrađuju vas povjerenjem.