

5 trendów zasługujących na uwagę w 2017 roku prezentuje Kai Hattendorf, dyr. zarządzający UFI



83 Światowy Kongres UFI miał miejsce kilka tygodni temu. Był to największy kongres zorganizowany w historii UFI, nie tylko pod względem liczby uczestników, ale też prezenterów i sesji odbywających się na różnych scenach i w różnych blokach tematycznych. Dziękujemy wszystkim, którzy podzielili się z nami opiniami na temat tego wydarzenia. Nagrania wideo z sesji są dostępne w strefie dla członków na stronie www.ufi.org, co pozwoli Państwu jeszcze raz powrócić do najciekawszych momentów, zapoznać się z sesjami, w których nie mogli Państwo uczestniczyć, oraz umożliwi podzielenie się doświadczeniami z Państwa współpracownikami.

Tak jak w latach ubiegłych, wykorzystaliśmy czas Kongresu, żeby zidentyfikować te zagadnienia, które według UFI najbardziej wpłyną na światowy przemysł targowy w 2017 roku.

Dlatego właśnie dziś chcę podzielić się z Państwem "5 trendami zasługującymi na uwagę w roku 2017":

1. Coraz większa niepewność

W ostatnim czasie byliśmy świadkami tego jak Wielka Brytania zagłosowała za wystąpieniem z Unii Europejskiej, nieudanego zamachu stanu w Turcji oraz wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych, który ujawniły bardzo wyraźny podział tego kraju. Wszystko to skutkuje rosnącą niepewnością w polityce i biznesie. Czy umowy handlowe wylądują w koszu? Czy nadal będzie można bezproblemowo (i bezpiecznie) podróżować do państw o kluczowym dla nas znaczeniu? Jak rynki dostosują się do wahających się kursów walut? Jest wiele pytań, na które muszą odpowiedzieć sobie zarządy firm na całym świecie. Odpowiedzi na te pytania będą miały wpływ na wybór targów, w których firmy zechcą wziąć udział, w coraz bardziej protekcyjnym otoczeniu gospodarczym. Nie można przewidzieć w jaki sposób ta sytuacja wpłynie na przemysł targowy, tym niemniej nie zapominajmy, że zwłaszcza w trudnych czasach targi są wykorzystywane przez wszystkie branże jako miejsce spotkań obrazujące aktualną sytuację w branży.

2. Geograficzna polaryzacja targów globalnych

Niemcy od dawna są wzorem jeśli chodzi o rozwój wiodących targów o znaczeniu globalnym. W ostatnim czasie jednakże niektóre czołowe marki targów niemieckich, niezależnie od tego, że zachowują swoją mocną pozycję na rynku lokalnym, to jeśli chodzi o ich edycje organizowane np. w Azji, parametry dotyczące wystawców i zwiedzających dorównały, a nawet przekroczyły liczby wystawców i zwiedzających na rynku krajowym. Biorąc pod uwagę zjawisko rosnącego protekcyjizmu gospodarczego państw, rozwój wiodących targów regionalnych w Europie, Azji i w obu Amerykach, może ulec przyspieszeniu. Otworzy to nowe możliwości współpracy dla krajowych i regionalnych organizatorów targów, którzy będą mogli działać niezależnie lub przy współpracy z międzynarodowymi graczami. Na dużych rynkach wewnętrznych, takich jak Stany Zjednoczone lub Chiny, działa wielu komercyjnych organizatorów targów i stowarzyszeń branżowych, którzy obecnie z powodzeniem organizują targi, wcale nie orientując się na klientów zagranicznych.

3. Cyfryzacja

Wieloletni słodko – gorzka relacja między naszą branżą, a cyfryzacją wciąż trwa, lecz w związku z tym, że coraz więcej przedsiębiorstw cyfryzuje swoje procesy, zarządzanie danymi oraz klientami, w szybkim tempie dążą one do zdobycia szerokiej wiedzy z tej dziedziny. Stanowisko dyrektora cyfryzacji stało się coraz popularniejsze w ostatnich dwunastu miesiącach i osoby takie pracują razem z zarządami, aby przyspieszyć rozwój cyfryzacji w swoich organizacjach. Jednocześnie spadają obawy przed poważnymi zakłóceniami, takimi jak na przykład działalność Ubera, który zaburzył rozwój branży taksówkowej. Coraz więcej specjalistycznych firm oferuje rozwiązania cyfrowe, które mogą być korzystne dla organizatorów targów i zmienić ich model biznesowy. Dostawcy takich usług już teraz zawierają porozumienia z zaawansowanymi technologicznie organizatorami eventów i oferują pakiety usług dla organizatorów, które mają ułatwić ich działalność oraz dla wzmocnienia swojej roli jako coraz bardziej znaczącego partnera w biznesie. Wśród najistotniejszych zagadnień, na które należy zwrócić uwagę są przetwarzanie danych oraz prawo o ochronie danych osobowych. Rosnąca złożoność działalności targowej będzie problemem dla wszystkich, co choćby pokazuje niedawny zakaz organizacji targów LinkedIn w Rosji.

4. Profesjonalizm w działaniu

Na prawie wszystkich wiodących rynkach międzynarodowych, nie brakuje przestrzeni w profesjonalnych obiektach na organizację dobrych imprez targowych. Jednakże wielu organizatorów ma problemy z właściwym zarządzaniem operacyjnym obiektami, wskazując jako przyczynę brak doświadczenia w dziedzinie zarządzania operacyjnego oraz bieżące procesy zachodzące na co dzień w tych obiektach i współpracę z partnerami lokalnymi. Mimo, że wysoka jakość infrastruktury jest koniecznością i podstawą organizacji targów, zapewnienie i odpowiednie wyszkolenie pracowników nadal pozostaje sporym wyzwaniem. Skutkuje to tak różnorodnymi problemami jak zagadnienia bezpieczeństwa i higieny pracy w czasie budowy ekspozycji targowych, ochrona obiektów czy usługi dla wystawców.

Należy zwrócić uwagę na to, że wiele obiektów targowych w Europie, które inwestują miliardy na podniesienie standardów swoich obiektów, jest też skłonnych zainwestować w szkolenie i rozwój swoich pracowników, tak aby mogli oni zostawić daleko w tyle lokalną konkurencję. Natomiast rozwój targów w Azji oraz budowa obiektów do ich organizacji, wywołały pojawienie się trudności na rynku pracy, co uczyniło sferę działań operacyjnych jeszcze ważniejszą, a zarazem trudniejszą do realizacji.

5. Przegląd modeli biznesowych (możliwe)

Rosnący poziom niepewności, fala zmian cyfryzacyjnych w branży i zmiana uwarunkowań ekonomicznych prowadzą do nowego spojrzenia na to, dokąd zmierza światowy przemysł targowy. Zasada "działamy jak zwykle" nie jest już tak oczywista - organizatorzy, obiekty i usługodawcy są coraz bardziej otwarci na zmiany, czasami nawet drastyczne i zaskakujące dla nich samych. Dawne wartości w sferze procesów pracy są kwestionowane, zatrudniani są nowi, utalentowani pracownicy. Targi stają się produktem o coraz bogatszym zakresie (przez co są też bardziej dochodowe), coraz intensywniej wykorzystującym zasoby danych. Prywatni organizatorzy targów narzucają tempo zmian, często łamiąc obowiązujące status quo.

To wszystko prowadzi do coraz większej koncentracji firm na kwestiach znalezienia i zatrzymania odpowiednich pracowników – począwszy od zarządów do pracowników administracyjnych.

Zaś, podobnie jak w dziecięcej grze w „muzykę i krzesła”, gdzie nikt nie przegrywa dopóki muzyka gra, w naszej branży dalej będziemy obserwować dynamiczną walkę o pozycje lidera.

Pozdrawiam,
Kai Hattendorf
Dyrektor Zarządzający UFI / CEO

Źródło: UFI INFO grudzień 2016 / styczeń 2017.