



kbf★

THINKTANK[®]
ośrodek dialogu i analiz

Transmisja

KRAKÓW NETWORK

} BUSINESS
CULTURE
& SCIENCE
meet in
ICE KRAKÓW
CONGRESS
CENTRE

PODSUMOWANIE

22 września 2015

icekrakow.pl

[#icekrakow](https://twitter.com/icekrakow)



KRAKÓW NETWORK 22 września 2015

Konieczność poprawy komunikacji między krakowskimi firmami z sektora PCO i branży MICE oraz stworzenie zespołów kompetentnych ekspertów – to główne wnioski, do których doszli uczestnicy trzeciego spotkania w ramach Kraków Network, które odbyło się 22 września w Centrum Kongresowym ICE Kraków.

Wrześniowe spotkanie Kraków Network otworzył wykładem dr Krzysztof Borodako z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Omówił on wyniki badań, które prowadzone były w ostatnich latach i odnosiły się do branży spotkań biznesowych. Przedstawił m.in. wyniki analiz znaczenia branży spotkań dla Krakowa oraz roli wyspospecjalistycznych usług biznesowych (KIBS) w kontekście wprowadzania innowacji w przemyśle spotkań.

Dr Borodako przypomniał wyniki badań w ramach projektu Kraków Impact, którego celem było zbadanie wpływu przemysłu spotkań biznesowych na gospodarkę Krakowa. Grupę docelową projektu stanowili przedstawiciele branży MICE, czyli organizatorzy konferencji, kongresów, konwencji, seminariów, targów, wystaw, podróży motywacyjnych oraz operatorzy obiektów z zapleczem konferencyjnym w Krakowie. Celem zespołu projektowego Kraków Impact było przeanalizowanie trendów w rezerwacji i wyborze krakowskich obiektów z zapleczem konferencyjnym przez organizatorów i uczestników spotkań biznesowych.

Kolejne zaprezentowane badania dotyczyły tzw. KIBS, czyli opartych na wiedzy wyspospecjalistycznych usług biznesowych oraz ich roli w działalności krakowskich przedsiębiorstw ukierunkowanych na turystykę biznesową. Omówione zostały różne definicje KIBS oraz wyniki ankiet przeprowadzonych wśród podmiotów krakowskiego rynku turystycznego, dotyczących ich współpracy z dostawcami usług biznesowych. Okazało się, że większość świadczeń, z których korzystają podmioty, to usługi reklamowe oraz te związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa (usługi informatyczne, rachunkowo-księgowe, prawnicze).

Na końcu dr Borodako przedstawił antycypację pewnych trendów w przemyśle spotkań, które sprowadzają się do czterech obszarów: architektury, transferu wiedzy stymulowanego poprzez design wydarzeń, bezpieczeństwa – rozumiane zarówno w kontekście zagrożenia terroryzmem, jak i ochrony danych – a także nowych technologii. Na zakończenie wykładu dr Borodako poddał refleksji uczestników pytanie, czy wskazane trendy mogą stać się w przyszłości zadaniem dla grupy Kraków Network.





Drugą część Kraków Network, a zarazem zasadniczy element wrześniowego spotkania, stanowiły warsztaty połączone z dyskusją prowadzone przez firmę Transmisja. Organizatorzy zaproponowali trzy tematy, wokół których miały przebiegać obrady:

- **„Katowice – szansa czy zagrożenie?”** – kontekstem jest powstanie dwóch prestiżowych miejsc w Katowicach: Międzynarodowego Centrum Kongresowego i siedziby Narodowej Orkiestry Polskiego Radia oraz fakt, że Katowice przeznaczyły 54 miliony złotych na promocję turystyki biznesowej. Postawiono pytanie, czy prężny rozwój stolicy Śląska nie stanowi konkurencji dla Krakowa.
- **„Światowe Dni Młodzieży a branża MICE”** – planowane na 2016 rok wydarzenie może stanowić wyzwanie nie tylko dla miasta, ale i całego sektora turystycznego, w tym branży turystyki biznesowej. Czy i w jaki sposób może ona zyskać lub stracić na organizacji ŚDM w Krakowie?
- **„Strategia komunikacji marketingowej w Krakowie na lata 2016-2022”** – to propozycja wypracowania lepszej komunikacji w krakowskiej branży biznesowej oraz wspólnego budowania marki miasta Krakowa w kolejnych latach.

Warsztaty prowadzono metodą World Café: przy każdym z czterech stolików dyskutowano na jeden z zaprezentowanych we wcześniejszej prelekcji tematów. Dyskusje były momentami bardzo żywiołowe i odniosły się do poszczególnych tematów w następujący sposób:

- W kontekście rosnącej roli Katowic istotna jest odpowiedź na pytanie, czy celem Krakowa oraz lokalnej branży biznesowej będzie ich marginalizacja, czy raczej współpraca; podniesiono kwestię mniejszego potencjału turystyczno-zabytkowego stolicy Śląska. Zauważono też, że konkurencyjne zagrożenie płynie również z innych kierunków, m.in. Gliwic czy Rzeszowa;
- Omawiający kwestię ŚDM doszli do wspólnych wniosków, że jest to wydarzenie jednorazowe, które nie stanowi większego zagrożenia dla branży MICE, choćby z powodu terminu – Światowe Dni Młodzieży odbędą się w lipcu, a więc w miesiącu, kiedy panuje najmniejszy popyt na turystykę biznesową;

- Wiele różnych opinii, a nawet kontrowersji, wywołał temat nowej strategii komunikacji marketingowej w Krakowie. Wśród wniosków znalazł się m.in. postulat postawienia na wizerunek Krakowa jako miasta nowoczesnego i innowacyjnego.

Na zakończenie obrad, w wyniku ożywionej dyskusji, zaproponowano powołanie specjalnych grup roboczych, które zajęłyby się wybranymi kwestiami oraz wypracowały wspólne strategie działania, których zwińczeniem byłoby wystosowanie postulatów i propozycji rozwiązań do władz miasta. W tym celu niezbędne jest także wyłonienie liderów – proponujących najistotniejsze z punktu widzenia branży tematy i uzgadniających kluczowe kierunki działań Kraków Network. Przypomniano postulat zacieśnienia relacji z Ambasadorami Kongresów jako grupą, która może mieć duży wpływ na przyciąganie ważnych wydarzeń do miasta. Podkreślono, że głównym celem dla organizatorów i uczestników Kraków Network powinno być zwiększenie liczby spotkań biznesowych w Krakowie.

KRAKÓW NETWORK

W skrócie:

To było trzecie spotkanie w ramach projektu Kraków Network, czwarte – ostatnie w tym roku – planujemy na grudzień.

Kraków Network to projekt, w którym nie chodzi o wyważanie otwartych już dawno drzwi, uciekanie się do łatwych rozwiązań czy standardowych modeli współpracy: wierzymy, że wspólnie łatwiej nam będzie osiągnąć cele, jakimi są jak największa liczba spotkań w Krakowie, zyski dla wszystkich zaangażowanych oraz szeroka promocja miasta i regionu.

To, co się już wydarzyło:

- zaprosiliśmy do stałej współpracy Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- zgodnie z postulatami uczestników wsparliśmy się wiedzą teoretyczną,
- zorganizowaliśmy zajęcia warsztatowe oparte na dotychczasowych debatach w ramach projektu.

Nasze najważniejsze wyzwania:

- doprecyzować zasadnicze cele projektu oraz warunki, sposoby i plan ich realizacji,
- uruchomić grupy robocze i zaprosić do ich prowadzenia liderów – ekspertów,
- uzupełnić listę uczestników.

Co dalej?

- w październiku odbyliśmy indywidualne spotkania z kandydatami na liderów grup roboczych,
- najpóźniej w listopadzie ogłosimy proponowane grupy robocze i zaprosimy Państwa do zgłaszania swojego udziału w ich pracach,
- liderzy grup roboczych oraz zaproponowani przez nich najbardziej aktywni uczestnicy spotkań stworzą prezydium Kraków Network,
- przedstawimy z tak utworzonym prezydium plan rozwoju projektu i główne kierunki wspólnych działań,
- organizatorzy Kraków Network zobowiązali się do założenia grupy KRAKÓW NETWORK na portalu LinkedIn, która będzie stanowić platformę komunikacji oraz transferu wiedzy pomiędzy członkami grupy.

