



De toekomst van meetings: meer dynamiek

Iedereen is het er wel over eens: de meetingbranche is snel aan het veranderen. Het meeting-, congres- en trainingslandschap blijft evolueren en uitbreiden, daarom moeten meetingplanners continu alle elementen van de meeting-beleving evalueren om ervoor te zorgen dat ze de aanwezigen en gedelegeerden de optimale omgeving en voorwaarden bieden om samenwerking te stimuleren, ideeën uit te wisselen en te netwerken.

Onder meer dan 150 meeting planners uit 5 continenten werd door IACC een gedetailleerde enquête gehouden. IACC is de enige internationale vereniging waarbij kleine tot middelgrote locaties zijn aangesloten die meetings, trainingen en congressen kunnen huisvesten. We geven hier in het kort de belangrijkste resultaten van het onderzoek.

Hoewel de algemene doelstellingen van en redenen voor meetings grotendeels hetzelfde zijn gebleven, zijn er duidelijke aanwijzingen dat de acceptatie en toepassing van technologieën, de fysieke inrichting van meeting- en netwerkruimtes en de nadruk op 'belevingscreatie' steeds belangrijker worden.

De druk op de meeting planners om deze tastbare elementen te integreren wordt nog verhoogd door de toenemende eis om het nut van meetings te bewijzen aan hun leidinggevenden, collega's of cliënten, terwijl ze vaak te maken hebben met lagere budgetten. Het is voor meetinglocaties van cruciaal belang om hier op in te spelen en die elementen te leveren die steeds belangrijker worden en een positieve impact hebben op de algehele doelstellingen van de meeting.

MEETINGS NU EN IN DE TOEKOMST

Meeting planners beseffen terdege dat meetinglocaties een impact hebben op de productiviteit en creativiteit van de afgevaardigden, en op hun vermogen

om in te spelen op nieuwe ideeën en denkwijzen. Bij het bepalen of een locatie de meest productieve en inspirerende locatie is voor afgevaardigden, worden op dit moment de belangrijkste factoren gevormd door respectievelijk flexibiliteit van de meetingruimte, toegang tot interactieve technologie en de beschikbaarheid van netwerkruimtes.

Maar het belang van enkele elementen van de locatie zal naar verwachting enigszins veranderen, en met een blik naar de toekomst is het duidelijk dat het besluitvormingsproces van de meeting planners grotendeels gebaseerd is op de veranderingen die de branche de laatste jaren heeft doorgemaakt.

Het element waar alles om draait, is de creatie van een beleving, een positieve ervaring. Dat houdt in dat de afgevaardigden actiever betrokken zijn bij het programma en de elementen daarvan. Het zwaartepunt is verschoven van het passief bijwonen van de presentaties van de sprekers, naar de interactiviteit van de aanwezigen middels communicatieplatforms. Daarom verwachten de meeting planners dat de toegang tot interactieve technologie belangrijker zal worden dan de flexibiliteit van de ruimtes en set-ups, de huidige top-prioriteiten voor het selecteren van een locatie. Met die interactieve technologie worden productiviteit, het aanknopen van relaties en het bouwen van 'communities' gestimuleerd, wat bijdraagt tot die beleving.

Wat weer direct invloed heeft op de overtuiging van de meeting planners dat er meer nadruk zal komen te liggen op het bieden van een zekere return on investment van de training, meeting of het congres, hetgeen de voor dergelijke events gemaakte kosten voor de beslissers rechtvaardigt. Het is dus de uitdaging voor planners en locaties om samen te werken teneinde deze gewenste belevingen te realiseren. Dat is met name belangrijk voor de zogenoemde Millennials, die meer dan oudere generaties belang hechten aan netwerken en carrièrestappen. Zij zoeken waarde-creërende banen, dus beschouwen zij congressen als een uitstekende manier om in direct contact te komen met organisaties die dergelijke banen bieden. Belangrijk is in dit verband dat over 10 jaar, het arbeidspotentieel voor 70% uit deze groep bestaat.

Het element waar alles om draait, is de creatie van een beleving, een positieve ervaring.

MEETINGRUIMTES: INRICHTING EN DESIGN

In de basis zijn de elementen die bepalen of een meeting succesvol is, de afgelopen vijf jaar nauwelijks veranderd: hoogwaardige (maar steeds beter qua kwaliteit en snelheid) breedbandverbindingen, goede akoestiek en goede variabele verlichting. Die zullen waarschijnlijk ook niet veranderen, al zijn breedband en technologie in het algemeen, voorheen leuk-om-te-hebben, als basisvoorzieningen belangrijker geworden dan voedsel en drank. Locaties moeten zich dus realiseren dat het upgraden van dit element evenredig is met de waarde die planners en afgevaardigden aan de locatie geven.

Gevraagd naar de ideale eigenschappen van een meetinglocatie, noemden de planners de beschikbaarheid van natuurlijk daglicht, een flexibele ruimte die op verschillende manieren kan worden ingedeeld, en state-of-the-art technologie. Verder: een stadslocatie met toegang tot creatieve openluchtruimtes, geïntegreerde technologie in de meetingruimtes, keuze van ruimtes met veel natuurlijk daglicht (maar tevens de optie om dat daglicht te verduisteren), plaatselijke restaurants en attracties op loopafstand. Verschillende mogelijke opstellingen van de stoelen is ook een pre, net als meer informele en minder 'rechte' stoelen.

De deelnemers mochten ook hun favoriete meetingruimte kiezen uit een vijftal mogelijke inrichtingen. Hoewel buitenruimte en verplaatsbaar meubilair belangrijk werden genoemd, kozen de planners toch eerder voor ruimtes die een overzichtelijk beeld boden van alle afgevaardigden.

Locaties kunnen een beperkende invloed hebben op de mogelijkheid voor planners om te experimenteren met de opstelling en de inrichting van een meeting, als ze

extra kosten in rekening brengen voor het gebruik van een ruimte, bovenop het arrangement voor de afgevaardigden.

Een aantal personen gaf aan dat het traditionele lezingen-model achterhaald is, zelfs als het gaat over meetings en congressen rondom educatieve onderwerpen. De deelnemers willen worden ondergedompeld in de beleving.

Veel belang werd gehecht aan de verfrissingen en maaltijden die worden aangeboden tijdens breaks, met name welke invloed zij hebben op de mogelijkheid om te netwerken en relaties aan te knopen.

Het eten en drinken moet worden aangeboden in 'hapklare brokken'. Op die manier kunnen de mensen rondlopen in plaats van dat ze aan een zitplaats 'gebonden' zijn. Break stations waar continu verfrissingen worden aangeboden vormen de meest gewaardeerde oplossing, met minder opties, maar gezondere snacks. Meeting planners integreren meer breaks in hun programma's, met een voorkeur voor locaties die dergelijke breaks ook buiten kunnen faciliteren.

COMMUNICATIE & CONNECTIES

Meeting planners hebben een zeer uitgebreide wenslijst voor hun ideale meetinglocatie, maar technologie is toch het belangrijkste criterium. De meeting planners geven ook aan dat een stijgend percentage van de budgetten wordt gereserveerd voor het aanschaffen en implementeren van nieuwe technologieën zoals event apps, beacon-technologie om het communicatieverkeer en de aanwezigheid te tracken, en voorzieningen voor videoconferencing. De verwachting is dat de afhankelijkheid van technologie de komende vijf jaar alleen maar zal toenemen. Duidelijk is dat het publiek meer gebruik wil maken van bijvoorbeeld wifi. Ruim voldoende breedte is dan een cruciale voorwaarde.

Een aantal technologieën zijn al geïmplementeerd: 81% van de ondervraagden gaf aan dat zij, mede om de communicatie tussen gastgevers en gasten te stimuleren, al nieuwe technologieën hebben geïntroduceerd in hun meetings. De top-3 hiervan zijn congres apps, social media campagnes en apps waarmee het publiek actief kan deelnemen. In het licht van die nieuwe technologieën wordt de veiligheid van de gegevens van de afgevaardigden voorop gesteld. Slechts een klein deel van de ondervraagden was van mening dat Virtual Reality de komende twee tot vijf jaar belangrijker zou worden. Heel weinig mensen hebben daar nog maar ervaring mee, maar de verwachting is dat dit net zo ingeburgerd zal raken als de smartphone.

CULTUUR

Meeting planners dienen meer aandacht te besteden aan de 'compatibiliteit' van locaties met de cultuur van hun organisaties. Er zijn vier verschillende culturen te onderscheiden:



Samenwerkend, creërend, beherend en concurrerend. Van de andere kant zijn er vier categorieën te onderscheiden waarom meetings worden georganiseerd: Netwerken, tactische uitvoering, strategisch en presentaties.

Alle vier organisatieculturen hebben ruimtes nodig die in alle vier categorieën meetings faciliteren. Maar het aantal, de capaciteit en de inrichting van ruimtes die een bepaalde groep nodig heeft, hangt af van de doelstellingen die ze willen realiseren.

CONCLUSIES

Uit de enquête blijkt dat de veranderingen in de branche een hogere mate van samenwerking vereisen, mede middels die nieuwe technologieën. De focus voor locaties moet niet alleen liggen op de ruimtes

Het element waar alles om draait, is de creatie van een beleving, een positieve ervaring.

zelf, maar ook op de ruimtes daarbuiten, voor netwerken, 'socializen' en dineren. De locaties moeten ook rekening houden met veranderde wensen wat betreft beleving en krappere budgetten (er moet meer met minder gedaan worden).

Design en inrichting zijn belangrijk, maar des te gespecialiseerder de locatie en de ruimtes, des te specialistischer moet het personeel zijn om die ruimtes te ondersteunen. Dat personeel moet deskundig

zijn, kunnen assisteren bij de planning en de hosting, en direct technologische ondersteuning kunnen bieden.

Meeting planners moeten een goede match vinden tussen organisatieculturen en locaties. Zij moeten weten welke locaties bij welke organisaties passen, en dat het personeel aan de specifieke behoeftes kan voldoen.

Het creëren van meetingruimtes die mensen inspireren en stimuleren is belangrijk, terwijl ook moet worden meegenomen hoe dineren een sleutelrol kan vervullen bij een meeting.

Nieuwe technologieën moeten gemakkelijk kunnen worden geïntegreerd in de meeting. De verwachting is dat Virtual Reality belangrijker wordt bij meetings en congressen.