

Wszystko wskazuje na to, że wyjazdy incentive będą stopniowo odzyskiwać przedkryzysową popularność, gdyż są one efektywnym i atrakcyjnym narzędziem motywacyjnym. Według 80% badanych przez amerykańską Incentive Federation firmowa wyprawa jest bardziej docenianą formą nagrody niż premia finansowa.

Kryzys, kryzys i już po...?

Wszelkobecny kryzys, według wszelkich znaków na niebie i ziemi, przestaje zagrażać turystyce biznesowej. Firmy organizujące wyjazdy incentive powoli wracają do ilości imprez organizowanych przed kryzysem. Wprawdzie budżety są na razie niższe, ale światowe trendy wskazują na to, że sytuacja w ciągu 2-3 najbliższych lat wróci do normy, a branża będzie rozwijać się jeszcze bardziej dynamicznie niż do tej pory.

„Myślę, że cała branża odczuła recesję podobnie. Odwoływanie imprez, obcinanie budżetów, nagłe zmiany planów sprawiły, że przez ostatni rok trudno było mówić o jakiegokolwiek stabilności w tym biznesie. Ale teraz przed nami targi IMEX we Frankfurcie, które są barometrem dla całej branży. Choć już mamy sygnały, że prognozy są dobre, na targach przekonamy się czy tak jest naprawdę.” – mówi Małgorzata Gulińska, szefowa Margot Travel.

Incentive lepszy niż premia?

Incentive travel to inaczej podróże motywacyjne, wykorzystywane w firmach jako forma nagrody, integracji i motywacji dla pracowników lub wyróżniających się klientów.

Intuicyjną teorię, że dobrze przygotowana wyprawa jest atrakcyjną nagrodą, ugruntowują badania przeprowadzone przez Incentive Federation z USA.

80% respondentów uważa, że wyjazd zafundowany przez firmę jest lepszą i dłużej pamiętaną formą nagrody niż premia finansowa. Aż 60% respondentów uznało, że premia finansowa to zwykły składnik wynagrodzenia. Tymczasem wyjazd incentive przez 3/4 badanych odbierany jest jako bardzo pożądana i doceniana nagroda (na podstawie Incentive Federation Report; www.incentivefederation.org).

„Wyniki amerykańskich badań potwierdzają i nasze obserwacje. Wyjazdy organizowane na zamówienie naszych klientów cieszą się dużym uznaniem i zainteresowaniem uczestników. Dlaczego? Egzotyczne zakątki świata, oryginalny program przygotowany specjalnie dla konkretnej grupy, kilka dni spędzonych w pięknych miejscach – to naprawdę doceniana i motywująca nagroda za służbowe zaangażowanie i dobre wyniki. A jeśli wyjazd jest zorganizowany dla partnerów handlowych, to daje też doskonałą okazję, żeby w przyjemnych okolicznościach porozmawiać o wspólnych interesach” – podkreśla Małgorzata Gulińska.

Tylko dla zamożnych?

Niekoniecznie. Wprawdzie egzotyczne i dalekie podróże są faktycznie kosztowne, ale warto wziąć pod uwagę dwie rzeczy. Po pierwsze: każdą wyprawę incentive należy traktować jako inwestycję. Praktyka wskazuje, że zyski osiągnięte dzięki umiejętnemu zastosowaniu narzędzia, jakim jest incentive travel, zwykle znacznie przewyższają poniesione nakłady. Po drugie: klient zawsze może wybrać bliższy i tańszy kierunek. Może przy tym być pewien, że i tak osiągnie zakładany rezultat, a impreza będzie bardzo dobrze odebrana przez uczestników, choćby ze względu na jej indywidualny charakter. Każdy taki projekt jest bowiem „szyty na miarę”.

„Warto zwrócić uwagę na to, że zwykle w wyjazdach nagrodowych ostatecznie bierze udział około 20-30% z całego grona chętnych. Tymczasem, odpowiednio przygotowany program incentive wywołuje zainteresowanie wszystkich pracowników i to na wiele miesięcy przed datą wyjazdu. Za tym zainteresowaniem idzie ponadprzeciętna efektywność i zaangażowanie w pracę, bo każdy chce „zasłużyć” na atrakcyjną nagrodę. Podobnie ma się rzecz z klientami, choć w tym przypadku wchodzi w grę innego rodzaju zaangażowanie” – komentuje Gulińska.

Margot Travel proponuje Amerykę Środkową

Wyjazd motywacyjny musi być atrakcyjny. Poszukiwanie tajemniczych stel w Hondurasie? Wędrówka w koronach drzew kostarykańskiej dżungli? Wyprawa speleologiczna do belizeńskich jaskiń, gdzie znajduje się starożytne cmentarzysko Majów? Większość z nas nie ma szans doświadczyć takich wrażeń podczas wakacji z rodziną. Ale okazja pojawia się podczas wyjazdów firmowych.

„W tym sezonie chcemy zarazić naszych klientów pasją do zwiedzania Ameryki Środkowej. Przygotowaliśmy intrygujące programy. Kostarykę zwiedzamy podróżując samochodami, pontonami, konno i katamaranem. W Belize i Gwatemali poznajemy zabytki kultury Majów i tajniki wiedzy szamanów, a później zapuszczamy się aż do Meksyku. Jeśli tylko sytuacja w Wenezueli się uspokoi, będziemy zabierać naszych klientów również i tam, bo to wyjątkowo ciekawy kraj. Wyprawy z Margot Travel to nie tylko piękne krajobrazy i zabytki. Poznajemy świat wszystkimi zmysłami, więc na naszych imprezach nigdy nie brakuje dobrej muzyki, wyśmienitych aromatów i smaków. Jeśli ktoś chce się nauczyć przyrządzać prawdziwe chuchitos lub platanos, to koniecznie musi wybrać się z nami do Ameryki Środkowej” – rekomenduje Monika Ablewicz z Margot Travel.

***Margot Travel** działa w Krakowie od 1997 roku i koncentruje się na organizacji wyjazdów biznesowych. Firma przygotowuje wyjazdy integracyjne i motywacyjne, spotkania konferencyjne, szkoleniowe, a także wyjazdy na targi branżowe i podróże służbowe.*

Margot Travel zrealizowało ponad 400 wyjazdów do 80 krajów świata. Łącznie wzięło w nich udział ponad 12 000 osób.

www.margottravel.pl

Almi Solutions