

## Program wsparcia fam tripów Warszawskiej Organizacji Turystycznej

### Raport roczny 2017

#### Wprowadzenie

Warszawska Organizacja Turystyczna (WOT) jest platformą współpracy i integracji środowiska turystycznego w Warszawie. Członkiem inicjującym powstanie stowarzyszenia jest Miasto Stołeczne Warszawa, a jednym z najważniejszych celów jest promowanie Warszawy jako destynacji turystycznej i destynacji kongresowo – konferencyjnej m.in. poprzez współpracę z branżą oraz tworzenie i komercjalizowanie produktów turystycznych. Stowarzyszenie ma członków zarówno z sektora publicznego, jak i prywatnego: instytucje kultury, hotele, obiekty konferencyjne i eventowe, tour operatorzy. Lista członków WOT dostępna jest na stronie [www.wot.waw.pl](http://www.wot.waw.pl)

Warsaw Convention Bureau (Warsaw CvB), jako dział Warszawskiej Organizacji Turystycznej, jest odpowiedzialne za międzynarodową promocję Warszawy jako atrakcyjnej i profesjonalnej destynacji spotkań: konferencji, kongresów, wydarzeń motywacyjnych i eventów. Jednym z najskuteczniejszych narzędzi marketingu destynacji są wizyty studyjne, w trakcie których zagraniczni organizatorzy wydarzeń mogą osobiście poznać miasto, doświadczyć jego atmosfery i bezpośrednio poznać jego ofertę MICE.

Szczególnym rodzajem tych wizyt studyjnych są tzw. fam tripy (skrót od angielskiego familiarization trip, podróże zapoznawcze), ponieważ z jednej strony są adresowane głównie do planistów spotkań, którzy nigdy wcześniej nie odwiedzili destynacji, a z drugiej strony nie mają bezpośredniego pretekstu zawodowego, aby dane miejsce odwiedzić (jak to ma miejsce w przypadku tzw. wizji lokalnych, w trakcie których planista ogląda obiekty i miejsca pod kątem konkretnego wydarzenia nad którym pracuje).

Pod koniec 2016 roku Warszawska Organizacja Turystyczna zainicjowała program partnerski pod nazwą „program wsparcia fam tripów” jako bardziej efektywną finansowo i merytorycznie alternatywę do wizyt organizowanych samodzielnie przez organizację. W ramach tego programu partnerskiego (prawo do składania zgłoszeń mają wyłącznie członkowie organizacji) WOT udziela uczestniczącym w nim członkom wsparcia polegającego na zwrocie części kosztów organizacji fam tripu, które ponosi organizator fam tripu. Zgłaszane do programu partnerskiego projekty fam tripów są oceniane na podstawie następujących kryteriów:

1. Czy pleniści spotkań są odpowiedzialni za wydarzenia z preferowanych rynków: Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Belgia?
2. Jaki jest potencjał biznesowy firmy reprezentowanej przez zaproszanego na wizytę planistę spotkań:
  - Roczny obrót firmy (kryterium dla agencji MICE)

- Liczba wydarzeń zagranicznych (outbound) organizowanych w roku
  - Zasięg terytorialny (w jakich krajach organizują wydarzenia)
  - Kluczowi klienci, dla których pracują (kryterium dla agencji MICE)
3. Jakie jest stanowisko służbowe zapraszanych planistów (czyli moc decyzyjna w kwestii wyboru destinacji)?
  4. Jaki jest proponowany wstępny program fam tripu?

Wysokość udzielanego wsparcia wynosi jednorazowo minimum 3000 zł netto, a maksimum 5000 zł netto, a finalna kwota zwrotu przyznana dla każdej z Wizyt uzależniona jest od liczby pozytywnie rozpatrzonych zgłoszeń w danym okresie i jest finalnie sprecyzowana w umowie zawartej pomiędzy WOT a organizatorem fam tripu. Na mocy takiej umowy organizator fam tripu, którego zgłoszenie zostało wybrane, zobowiązuje się między innymi do ustalenia wspólnie z przedstawicielami Warsaw CvB programu wizyty, który pokazuje Warszawę jako atrakcyjną i profesjonalną destynację spotkań (możliwie najszersza oferta infrastruktury, usług i produktów MICE) oraz jako atrakcyjną destynację turystyki indywidualnej i czasu wolnego. Warsaw CvB za każdym razem dba o to, aby w programie wizyty zostali uwzględnieni członkowie WOT, których oferta prezentuje charakterystyczne elementy warszawskiej oferty (np. instytucje kultury, obiekty na wydarzenia specjalne, dostawcy unikalnych produktów turystycznych). W ramach zawartej umowy organizator zobowiązany jest również do dostarczenia uczestnikom fam tripu materiałów promocyjnych Warszawy, najczęściej bezpośrednio do pokoi hotelowych gości, zagwarantowania uczestnictwa w programie wizyty 1 lub 2 reprezentantów Warsaw CvB oraz współpracy przy realizacji działań PR, komunikacyjnych i marketingowych związanych z organizowanym fam tripem, w tym przekazania pełnej listy kontaktowej uczestników wizyty Warsaw CvB, które włącza uczestników do grupy potencjalnych klientów i kieruje do nich działania różnego rodzaju działania promocyjne (w tym cykliczny newsletter o ofercie MICE Warszawy). Po każdej ze zrealizowanych wizyt organizator fam tripu zobowiązany jest również do minimum 2-letniego raportowania (w trybie kwartalnym) o podejmowanych przez siebie aktywnościach marketingowych i sprzedażowych wobec uczestniczących w wizycie planistów spotkań.

### **Podstawowe statystyki programu wsparcia fam tripów WOT w roku 2017:**

Liczba wspartych wizyt: 4

Liczba planistów spotkań zaproszonych do Warszawy: 55

Z jakich rynków pochodzili planiści MCE:

- Rosja
- Wielka Brytania
- Kanada
- Azja (Indonezja, Wietnam, Tajlandia)

## Odwiedzane obiekty MICE:

### 1. Hotele:

- Sofitel Victoria
- InterContinental
- Radisson Blu Sobieski
- Bristol Hotel
- Mercure Centrum
- Mercure Grand
- Novotel Centrum
- Hilton Warsaw Hotel & Convention Centre
- Double Tree by Hilton
- Marriott Centrum

### 2. Obiekty konferencyjne:

- Pałac Kultury i Nauki
- Forteca
- Zamek Królewski
- Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego
- Łazienki Królewskie
- U-jazdowski (dawne: Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski)
- Gmach Główny Politechniki
- PGE Narodowy
- EXPO XXI
- Reduta Banku Polskiego

Do jakiego sektora należeli korzystający ze wsparcia członkowie WOT:

- Hotel + agencja MICE (1 wizyta)
- Hotel (1 wizyta)
- Agencje MICE (2 wizyty)

Liczba rozpatrzonych wniosków o wsparcie fam tripu: 4

Liczba odrzuconych wniosków o wsparcie fam tripu: 0

Łączna kwota udzielonego wsparcia w ramach programu w 2017: 17 090 zł brutto