

# Okiem eksperta

○ czy należy pamiętać przy współpracy na linii organizator eventu–hotel?

## Karolina Balcerak

specjalista ds. sprzedaży grupowej Manor House SPA; od 2001 r. związana z kompleksem hotelowym Manor House SPA \*\*\*\* Pałac Odrowążów \*\*\*\*\* w mazowieckich Chlewiskach, gdzie odpowiada za współpracę z segmentem B2B



Dobre przygotowanie jest kluczem do udanej współpracy między hotelem a organizatorem każdego eventu, w tym także eventu B2B. Im więcej rzeczy zostanie uzgodnionych przed spotkaniem, tym mniej będzie nieprzewidzianych sytuacji i łatwiej będzie przeprowadzić wszystko zgodnie z planem. Ważne jest porozumienie między osobami odpowiedzialnymi za event po stronie hotelu i klienta oraz opracowanie przemyślanego scenariusza imprezy, najlepiej ze szczegółowym określeniem zakresu zadań i czasu ich realizacji dla każdego zespołu (czy to obsługi hotelu, restauracji, SPA, czy podwykonawcy organizującego atrakcje specjalne).

Określenie celu spotkania, jaki przyświeca organizatorowi, pomaga stworzyć harmonogram eventu. Warto więc odpowiedzieć sobie na pytanie, czy ma to być spotkanie nastawione na dobrą zabawę, integrujące partnerów biznesowych, budujące lojalność, podtrzymujące relacje lub skupione na networkingu, czy też wyjazd do interesującego miejsca w nagrodę za dotychczasową współpracę, a może atrakcyjne przedstawienie oferty organizatora, np. przez konkursy, quizy (element rywalizacji) i działanie na emocjach (takie eventy zawsze się pamięta).

W zależności od potrzeb grupy i celu eventu proponujemy: szkolenia w zabytkowych wnętrzach Pałacu Odrowążów lub pod gołym niebem w otoczeniu przepięknego parku Manor House SPA, relaksację i zabiegi w holistycznym SPA, ceremonie saunowe w Łażniach Rzymskich lub rytuały w Witalnej Wiosce® SPA, zabawy w poszukiwanie skarbu, miódopicie w przypałacowych piwnicach, kojące koncerty na gongi tybetańskie lub emocjonujący spacer po rozżarzonych węglach (firewalking).