

● – Sok éve, amikor a cége MaReSz felvételénél bemutatkozott, mindenki elcsodálkozott, majd mosolygott, hiszen azzal kezdte, hogy: „Kedves kollégák, szeretnék mindenkit megnyugtatni, nem egy újabb konkurens jelentkezik, megígérem, mi soha nem fogunk egy icipici rendezvényt sem szervezni...”

**Sz. L.:** – Igen, s ezt sikerült is tartanunk, mi a szakmát kisegítő, háttérben működő vállalat voltunk és maradunk is. Már tízéves szakmai tapasztalatunk van az adatbázis marketingben és ügyfélakvizícióban. Mi minden olyan cégnek tudunk segíteni – így a rendezvényes szakmában is – amelyiknek szüksége van meglévő ügyfél vagy partner adatbázisának naprakésszé tételére és bővítésére, illetve új ügyfelek szerzésére. Pár éve jót nevettem, amikor egy iskolapadból nemrég kikerült ifjú titán üzletkötő rákérdezett, hogy ismerem-e a „lead generaton”-t. Mondtam neki, hogy igen, már sok éve végzünk ilyen tevékenységet, még ha ügyféltoborzásnak, vagy akvizíciónak is neveztük...

– *S hogy keveredtek a rendezvény-szervezés igen bonyolult és széleskörű világába?*

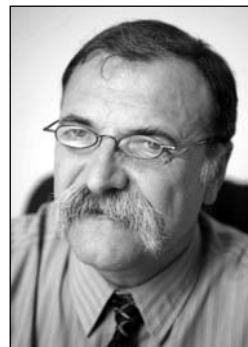
**Sz. L.:** – Bevallom, véletlenül, hiszen már több éve csináltunk egy-egy szakmában úgynevezett omnibusz kutatást, ami azt jelenti, hogy egy témában megkeresünk több ezer céget, s az alap- és személyi adatok rögzítése után interjút készítünk az illetékes vezetővel arról, hogy milyen terméket vagy szolgáltatást használnak, kitől veszik, elégedettek-e, terveznek-e beszerzést e területen és szívesen fogadnak-e ajánlatot szakmai cég részéről. Ilyen volt például a kutatásunk a cégek pénzügyi vezetői körében a bank és értékpapír használatról, vagy a kétévente készülő céges személygépkocsi és kishaszonjármű, illetve haszonjármű használatról, az irodatechnikai felszerelésekről, a karácsonyi és egyéb reklámajándék vásárlásról, s 2003 óta évente a rendezvény-szervezésről.

– *Miért pont a rendezvények világát célozták meg?*

**Sz. L.:** – Úgy gondoltuk, hogy ez egy igen széles körű szakma és sok rendezvényhelyszín: hotelek, panziók, csarnokok, intézmények, illetve különböző teljes körű vagy rész szolgáltatást nyújtó rendezvény-szervezők érdeklődhetnek felmérésünk eredménye iránt. Így évek óta megkeressük a legnagyobb cégeket – a körülbelül 12 ezer félmillióárdnál nagyobb éves árbevételű

# Aki nem szervez rendezvényt...

## dr. Szentirmay László, a PROMO DIREKT ügyvezető igazgatója



cég kétharmadát kerestük már meg – s mértük föl, hogy milyen rendezvényeket szerveznek, milyen célcsoportnak: ügyfeleiknek, partnereiknek, dolgozóiknak, hány fővel, milyen költségvetéssel, és hogy szívesen fogadnak-e ajánlatot rendezvényhelyszín vagy rendezvény-szervező cég részéről.

– *A már hatodszor elkészített kutatásból milyen következtetéseket lehet levonni?*

**Sz. L.:** – A direkt marketing nagy előnye a hagyományos reklámmal szemben, hogy sokkal hatékonyabban lehet elérni a célcsoportot, jól mérhető és tervezhető, vagyis a jövőre nézve jól meg lehet saccolni a várható eredményt. Ha pontosan megismerjük a piacot, sokkal jobban tudjuk szolgáltatásainkat eladni, sokkal hatékonyabban tudjuk elérni potenciális vevőinket. A felméréseink arányai általában szinte hajszálpontosan megegyeznek a korábbi évek eredményével, s a változásokat jól ki lehet mutatni. Így általában megállapíthatjuk, hogy a nagyvállalatok mintegy kétharmada szervez valamilyen rendezvényt. A rendezők körülbelül fele tart valamilyen fogadást, partit, vacsorát, egyötödük kiállítást, termék-bemutatót, 15-15%-uk kongresszust, konferenciát, illetve ügyfél- vagy vevőtálalkozót, promóciós rendezvényt. Ami gyorsan fejlődik: ma már 20%-uk tart különböző továbbképzéseket, tréningeket, csapatépítést. Nem véletlen, hogy a csapatépítő piacot már tízmilliárd forintra becsülik, s kéttucat cég szakosodott már kifejezetten erre a területre.

– *Mennyit szánnak a cégek a rendezvényekre?*

**Sz. L.:** – Ez nagyon változó... Vannak százezerbe kerülő kisebb akciók és persze sokmillióshatalmas cégnapok, ahol párezer embert kell ellátni étellel, itallal, esetleg ajándékkal, no és gazdag, sokoldalú programokkal. A felméréseink során a cégek fele árulta el a büdzsét: több mint egynegyedük félmillióárdnál kevesebbet fordít erre, 50%-uk

tekinthető a középmézőnynek: 500 ezer és 5 millió közötti költségvetéssel és valamivel több mint 20%-uk ennél többet fordít rendezvényre.

– *Miért érdemes a PROMO DIREKT felméréseinek adatbázisát használni, mi a garancia, hogy ennek segítségével sok üzletet lehet kötni?*

**Sz. L.:** – Garanciát azt nem tudunk adni... Azt szoktam mondani azoknak, akik néha fölteszik ezt a kérdést, hogy ha garantálni tudnánk a sikert, a biztos üzletkötést, akkor az ár tízszeresét kérhetnénk... Mi az átadott adatbázisban szereplő adatokért vállaljuk a felelősséget, igazolni tudjuk, hogy elvégeztük a több ezer interjút. Persze a telemarketinges felmérésben mindig lehetnek kisebb elhallások, a rögzítés során elütések, s persze az sem kizárt, hogy az adatközlő tévedett. Mégis ez a módszer a leghatékonyabb, mert a személyes megkérdezés lassú és igen drága, az írásos felkérésre pedig alig pár százalék válaszol csak. Az igazi garanciát azok a cégek, hotelek, rendezvény-szervező cégek jelentik, amelyek évről évre megrendelik a felmérésünk adatbázisát, s hatékonyan dolgoznak belőle.

– *Mindenki elégedett, nincsenek kifogások?*

**Sz. L.:** – De előfordul az is, főleg olyan cégek körében, amelyek azt hiszik, hogy az adatbázisban szereplő céges rendezvény-szervezők részére kiküldenek egy levelet vagy e-mailt, és máris ömlenek a megrendelések. Természetesen nem mindegy, hogy kinek és milyen ajánlatot küldenek, hogyan keresik meg, levélben vagy e-mailben, milyen mellékletet csatolnak a tájékoztatójukhoz, s lekövetik-e a kiküldést, megkeresik-e a címzetteket, tudakolva, hogy megkapták-e, tetszik-e az ajánlat, igénybe vennék-e a kínált szolgáltatást, s ha nem, akkor miért? Az ilyen lekövető telemarketinges kampányt a PROMO DIREKT call centere pár nap alatt el tudja végezni, s az eredményt jól áttekinthető excel adatbázisban adjuk át.

– Szabad-e e-mail ajánlatot küldeni a potenciális megrendelőknek?

**Sz. L.:** – Ez egy most szabályozódó terület, bár a pontosan megfogalmazott törvény hosszú évek óta tiltja a spamnek küldését. Ugyanis csak annak szabad reklámajánlatot e-mailben küldeni, aki erre előzetesen felhatalmazást adott. Még az engedélykérő e-mail is spamnek minősül... Ennek ellenére nagyon sokan küldtek ilyen e-maileket, mert olcsó és gyors volt. Csakhogy a múlt év óta már erőlyesen fellép a spamelés ellen a Nemzeti Hírközlési Hatóság és komoly pénzbírságra számíthatnak a törvénytelen spamelők.

– A **PROMO DIREKT** adatbázisának e-mail címekre már legálisan lehet ajánlatot küldeni?

**Sz. L.:** – Mi az alapadatoknál lekérdezzük a cég elérhetőségei között a központi e-mail címet és a weboldal nevét is, de ettől még nem lehet mindenkinek ajánlatot küldeni. Csak azoknak, akik ezt a kérdőívben külön jelezték, s ez az adatbázisban szereplők több mint felét jelenti, az idei felmérésben több mint ezer cég rendezvényszervezője mondta, hogy szívesen fogad ajánlatot e-mailben is helyszín vagy szervező cég részéről. A felméréseinkben egyébként jól követhető a kommunikáció áttevődése az

internetre. Öt évvel ezelőtt még csak a cégek 70%-a közölt központi e-mail címet s kevesebb mint felük weboldalt, az idén már ez 91% és 85% volt...

– Milyen új változások vannak a **PROMO DIREKT** által üzemeltetett **EVENTER.HU** rendezvényszervezői portálon?

**Sz. L.:** – A hazánkban dolgozó külföldi szakemberek, sőt már külföldi érdeklődők miatt készítettük el pár éve a portál angol változatát, s az idén tavasszal a német verziót is. S öröndetes, hogy egyre több hotel és rendezvényszervező cég is külön oldalt rendel rajta, mert ezzel gyorsan fölkerülhetnek az érdeklődő cégek rendezvényszervezőinek befutó helyére, a short-list-re. A többesre listára bárki fölkerülhet ingyen az alapadataival, s az oldal sem drága: fél évre 27 ezer, egy évre pedig 48 ezer forint, vagyis akár egy kisebb rendezvényen is bejön az összeg.

– Mi található még az **EVENTER.HU**-n?

**Sz. L.:** – A portál adatbázis oldalán különböző szakmai szövetségek, helyszínek mellett teljes körű rendezvényszervezők, catering, kellékes, szállító, személyzeti, produkciós és egyéb kapcsolódó vállalkozások találhatóak, továbbá a kutatásaink mintája és statisztika

is. A portál oldalon pedig a szakmával kapcsolatos főbb hírek, kiállítás- és rendezvénynaptár, s persze a részletes médiaajánlat is. Szívesen fogadjuk a véleményeket, bírálatokat, mert ezek sokat segítenek az **EVENTER.HU** további fejlesztésében.

– Miben tudnak még segíteni a rendezvényszervezőknek?

**Sz. L.:** – Pár nap alatt fel tudjuk mérni, hogy egy nagy rendezvény meghívottjai megkapták-e a levelet vagy e-mailt, hogy jönnek-e és hányan. Így pontosan fel lehet mérni a résztvevők számát, ami segíthet a catering és az esetleges ajándék rendelésében. Együttal naprakésszé tesszük az ügyfél adatbázisát is. Épp a minap hívtuk fel a Hong Kongi Kereskedelemfejlesztési Tanács budapesti Lifestyle Expojának 15 000 meghívottját, emlékeztetve a rendezvényre és felmérve a várható látogatók számát...

– Hogyan lehet mindezekről további információt kapni?

**Sz. L.:** – Bárki elér minket az éppen most megújult [www.promo-direkt.hu](http://www.promo-direkt.hu) honlapunkon, vagy a [www.eventer.hu](http://www.eventer.hu) portálon, illetve a 479-5065-ös közvetlen telefonszámon, s küldhet e-mailt a [mail@promo-direkt.hu](mailto:mail@promo-direkt.hu) címre.

**Horváth Ágnes**

## Hírek

a hazai rendezvényszervezés világából  
(az [eventer.hu](http://eventer.hu) szerkesztésében)

### Tüskecsarnok és Syma igen, TriGránit: nem

A KÉSZ Kft. érdekeltségébe tartozó Atlantis Congress & Events Hall Kft. nyerte el egyedüli pályázóként a a Tüskecsarnok vagyongazdálkodására és üzemben tartására kiírt tendert. A látványos Infopark területén lévő, több mint tíz éve befejezetlen épületben 8-9 milliárdos beruházással legalább négyezer fős konferenciaközpontot alakítanak ki, amely a remények szerint új, speciális piaci lehetőségeket nyit a magyar kongresszusi turizmus számára. A SYMA csarnok szomszédságába is terveznek egy 4-5 ezer fős konferenciaközpontot, 4,5 milliárd forintos beruházással. A TriGránit Zrt. igazgatósági ülésén viszont úgy döntöttek, hogy hozzákezdnek a Millenniumi Város-

központ korábban kongresszusi központnak megálmodott területének áttervezéséhez. Lassan feladjuk – mondta a Napi Gazdaságnak Nyúl Sándor vezérigazgató.

(*Napi Gazdaság, 2008.09.16, Világgazdaság 2008.08.29.*)

### Konferenciaközpontok sorsa: 700 milliós támogatás fesztiváloknak

A tavalyinál 75%-kal nagyobb kerettel közös pályázatot írt az Önkormányzati Minisztérium (ÖM) és a Nemzeti Kulturális Alap (NKA) a jövő évi turisztikai vonzerővel bíró kulturális rendezvények támogatására. A 700 millió forintos támogatásért olyan 2009-es rendezvényekkel lehet pályázni, amelyek magas kulturális értéket képviselnek, és hozzájárulnak a pozitív országkép kialakításához. A program költségvetésének el kell érnie az ötvenmillió forintot, a közönség létszáma pedig legalább tízezer fő. A gasztronómiai rendezvényeknél az összeg 15 millió forint és hármezer látogató.

(*Forrás: Kreatív Online, 2008.09.03.*)

### Ötvenezren a megújult őszi BNV-n

Öt nap alatt félszázezer látogató volt kíváncsi a BNV-re és a mellette zajló Bútorvilág kiállításra. A HUNGEXPO Budapesti Vásárcsarnok legújabb, G pavilonját és a további három nagy kiállítási csarnokot 20 ország 490 kiállítója töltötte meg – a korábbi 9 helyett most öt naposra szervezett vásáron. A bútor és lakberendezés után zöldre vált a HUNGEXPO: október közepén következik az Ökotech, a környezetvédelem szakkiállítása. Az első sikeres használatba vételek után a HUNGEXPO Budapesti Vásárcsarnok új létesítményeinek – a G pavilon, a fogadóépületek és az átvezető passzázs – ünnepélyes átadására, október 18-19-én, a Cadre Noir Ade Saumur, a Francia Nemzeti Lovasiskola gálaműsorával kerül sor.

(*Forrás: Hungexpo, 2009.09.14.*)

### A Fesztiválok Éve lesz 2010

A Magyar Turizmus Zrt. a fesztiválok kedvező turisztikai hatását figyelembe véve – egy szakmai felmérés alapján –