

En esta publicación:

- **CONTRATANDO LOS MAYORES RECINTOS DE CONGRESOS Y CONVENCIONES**
- **RUPTURA DIGITAL EN LA INDUSTRIA DE EVENTOS DE NEGOCIOS**
- **NUEVAS TENDENCIAS EN LOS VIAJES DE INCENTIVO**

CONTRATANDO CON LOS MAYORES RECINTOS DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

A continuación se presenta un documento que ha sido producido por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) y la Asociación Internacional de Centros de Congresos (AIPC) - dos de las organizaciones líderes en la industria de reuniones, y cuyo propósito es que esta nueva guía resulte valiosa a una gama de personas y organizaciones que trabajan en o dentro de la industria de reuniones, en particular:

- Clientes que trabajan con los principales recintos por primera vez, o por primera vez
- Nuevos recintos de nivel internacional
- Estudiantes que asisten a cursos vinculados con la industria.

Leer guía completa [AQUÍ](#)



RUPTURA DIGITAL EN LA INDUSTRIA DE EVENTOS DE NEGOCIOS

Extracto de la columna de Medhat Nassar, CEO, Meetings Minds Experts, Dubai - UAE

Pregunta - ¿Necesitamos más tecnología para lograr el crecimiento? Con tantas herramientas digitales como la Web, Sociales, Móvil, Video, Voz, CRM, apuntando y repuntando, interactivas, focales, virtuales....etc., es fácil perder el foco del beneficio real de estas herramientas combinadas, haciendo el término “pasando a digital” en sí mismo una distracción en lugar de una solución.

En un intento de cambiar de un medio tradicional a uno digital, algunos eventos de negocios terminan invirtiendo tecnología y recursos sin lograr crecimiento. Algunos hasta pueden perder terreno y achicarse, siendo las razones más comunes las siguientes: (1) quieren ver resultados inmediatos y (2) no dedican tiempo a pensar sobre la experiencia del cliente.

Leer columna completa [AQUÍ](#)



NUEVAS TENDENCIAS EN LOS VIAJES DE INCENTIVOS

84% de los casos el objetivo del viaje de incentivo es aumentar la estima por la marca de los equipos, mientras que en el 58% de los casos se busca que la moral se refuerce.

Existen diversas opiniones sobre las nuevas tendencias en viajes de incentivo. Una de ellas es la de convertirse en una poderosa herramienta de marketing, así como un instrumento eficaz, no solo para premiar a los empleados más destacados, sino también para, entre otros aspectos, mejorar el ambiente laboral, realizar acciones de formación, fidelizar a proveedores y clientes o fortalecer la imagen y marca corporativas.

Los objetivos de los viajes de incentivos han evolucionado mucho en los últimos años, haciéndose mucho más ambiciosos y afectando a más factores. Ya no se trata únicamente de incentivar a algunos empleados, sino de motivar también a proveedores y socios, conseguir más clientes y fidelizarlos e, incluso, mejorar la imagen de la empresa ante la sociedad en general. La tendencia actual es alinear los objetivos de estos viajes con una estrategia integral de comunicación que implique a los distintos departamentos de la empresa (marketing, recursos humanos, gestión, etc.), sin considerarlos una actividad aislada.

Leer artículo completo [AQUÍ](#)

