

BUSINESS COMMUNICATION SERIES 2022

event marketing

Celebrating our

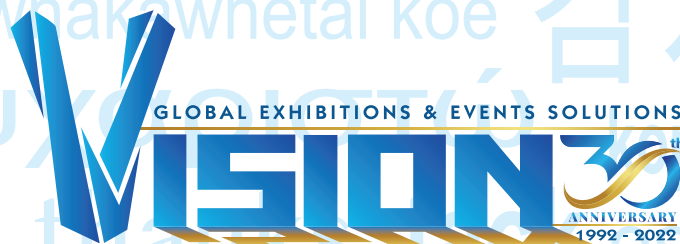


ANNIVERSARY

1992 - 2022

We have **built** a lot of **great things**
these past 30 years!

...together, we can **continue**
building them even better!



Member:



www.vision.gr

Σταδιακή επιστροφή στην κανονικότητα...

Έχουν περάσει δύο ολόκληρα χρόνια (και μερικές ημέρες) από τη στιγμή που η πανδημία μπήκε στη ζωή μας, από την ημέρα που καταγράφηκε το πρώτο επίσημο κρούσμα Covid-19 στην Ελλάδα. Σήμερα, μετά από τρεις δόσεις εμβολιασμού και έχοντας γνωρίσει αρκετές μεταλλάξεις του ιού, όντας απόλυτα εξοικειωμένοι με τις μάσκες και τα αντισηπτικά, φέροντες πάντα τα πιστοποιητικά μας και με πλήρη γνώση των μέτρων προστασίας, μπορούμε να λέμε πως βλέπουμε κάπως αμυδρά την έξοδο από αυτό το «γκρίζο σύννεφο», που κανείς δεν θα φανταζόταν πριν από το 2020. Σε λίγο καιρό, όπως ακούγεται, τα πιστοποιητικά εμβολιασμού και τα rapid tests σαν απαραίτητη προϋπόθεση σε κλειστούς χώρους θα αποτελέσουν παρελθόν, όπως και οι μάσκες.

Αυτήν τη διετία ο χώρος των events, των εκδηλώσεων και των συνεδρίων γνώρισε μεγάλο πλήγμα. Βέβαια, κατόρθωσε να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα και, υιοθετώντας καινοτόμους πρακτικές και λύσεις, να ξεπεράσει -σε κάποιο βαθμό- τις δυσκολίες. Το live streaming εξελίχθηκε σε πολύ δημοφιλή πρακτική, ενώ τα υβριδικού τύπου events ακόμη αποτελούν βασική επιλογή. Οι εταιρείες του χώρου ενσωμάτωσαν με τον καλύτερο τρόπο τα πρωτόκολλα υγειονομικής προστασίας και ανταποκρίθηκαν στις ιδιαίτερες απαιτήσεις και καιρών. Έχοντας διατηρήσει τη δυναμική τους σε αυτή την πολύ δύσκολη περίοδο, έχουν κάθε δικαίωμα και κάθε λόγο για να αισιοδοξούν για την επόμενη ημέρα.

Τα events αποτελούν σημαντικό κομμάτι του marketing mix και μπορούν να προσφέρουν πολλά σε brands και διαφημιζόμενους. Κυρίως, όμως, αυτή την περίοδο μας βοηθούν να νιώσουμε πως επιστρέφουμε σταδιακά σε κάποιας μορφής κανονικότητα. Το έχουμε απόλυτη ανάγκη...

▶ EVENTS: ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΥΝ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ	4
▶ ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΤΗΣ COVID-19 ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	6
▶ AMUSE	8
▶ EY ZHN	10
▶ EVENT PLUS	12
▶ FOR YOUR EVENT	16
▶ INDEX	18

BUSINESS COMMUNICATION SERIES
EVENT MARKETING
ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2022
ISSN: 2529-0886
Διανέμεται μαζί με το adbusiness

ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
Βαγγέλης Παπαλιός

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Λίνα Τσαγκαράκη-Ξένου

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ
Δημήτρης Τσουκαλάς
(tsoukalas@direction.gr)

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ
Πέτρος Αντωνάκης
(antonakis@direction.gr)
Χρήστος Λογαράς
(logaras@direction.gr)
Λιλή Καρακώστα
(karakosta@direction.gr)
Εύα Πέτροβα
(petrova@direction.gr)
Σόνια Χαϊμαντά

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER
Κωνσταντίνος Παπαλιός
(krapalios@direction.gr)

ADVERTISING BUSINESS UNIT MANAGER
Αγάθη Ζορμπά
(zorba@direction.gr)

MARKETING EXECUTIVE
Μαρία Τσώνου
(tsonou@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Παναγιώτα Γεωργιάδη
(georgiadi@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ
Ιωάννα Μακαρίου
(imakariou@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
Βασίλης Θυμιανός

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ
Πηνελόπη Χατζηδημητρίου

DIRECTION
BUSINESS NETWORK

Μικράς Ασίας 43 | 152 33 | Χαλάνδρι
T: 210.77.12.400 | F: 210.77.13.097
e-mail: info@direction.gr
www.direction.gr

Επιστρέφουν μετά την πανδημία

Ιστορικής σημασίας για τον κλάδο το 2022

Η ζήτηση που έρχεται και από προηγούμενες χρονιές θα μπορούσε να κάνει το 2022 μια σημαντική χρονιά για τον κλάδο των εκδηλώσεων. Με την πανδημία να υποχωρεί σταδιακά, ο κλάδος των events και meetings πρόκειται να απογειωθεί το 2022, το οποίο θα καταγραφεί ως η καλύτερη χρονιά στην ιστορία στον συγκεκριμένο τομέα για τους εξής λόγους:

Pent-Up Ζήτηση

Η παραλλαγή Omicron ήταν απλώς μια προσωρινή οπισθοδρόμηση για τους περισσότερους διοργανωτές εκδηλώσεων. Σύμφωνα με έρευνα της Northstar Meetings Group, το 96% των διοργανωτών θα πραγματοποιήσει μια εκδήλωση φέτος, με μόνο το 4% να περιμένει μέχρι το 2023. Οι άνθρωποι, όπως δείχνει η έρευνα, θέλουν να επανασυνδεθούν με τους συναδέλφους τους, ακόμη και με προφυλάξεις.

Ισχυρότερη οικονομία

Η οικονομία έχει ενισχύσει την εμπιστοσύνη πολλών επιχειρήσεων. Η παγκόσμια οικονομία αναπτύχθηκε κατά 5,9% το 2021 και αναμένεται να αναπτυχθεί κατά 4,4% το 2022, σύμφωνα με το ΔΝΤ. Τα κέρδη είναι στα υψηλά όλων των εποχών για πολλούς οργανισμούς. Επιπλέον, το νέο νομοσχέδιο για τις υποδομές ενίσχυσε την εμπιστοσύνη στην οικονομία που συνεχίζει να αναπτύσσεται.

Μεγαλύτερα budgets

Οι εταιρείες έχουν χρήματα να ξοδέψουν σε εκδηλώσεις, συναντήσεις και ταξίδια. Η έρευνα της American Express Meeting and Events Global Forecast διαπίστωσε ότι το 64% των ερωτηθέντων ενίσχυσαν τους προϋπολογισμούς εκδηλώσεών τους το 2022.

Αύξηση σε αεροπορικά ταξίδια και κρατήσεις ξενοδοχείων

Όλα δείχνουν ότι οι άνθρωποι θέλουν να ταξιδέψουν ξανά για επαγγελματικούς λόγους. Οι κρατήσεις των αεροπορικών εταιρειών και ξενοδοχείων επιστρέφουν στα προ πανδημίας επίπεδα. Οι αριθμοί ταξιδιών στο σημείο ελέγχου TSA δείχνουν ότι οι άνθρωποι πετούν διπλάσια από το 2021 και η

Marriott έχει σημειώσει αύξηση στις επαγγελματικές κρατήσεις τώρα που η Omicron υποχωρεί.

Αναζήτηση νέων ταλέντων από τις εταιρείες

Οι οργανισμοί θέλουν να προσελκύσουν και να διατηρήσουν ταλέντα για την επιχείρησή τους. Σύμφωνα με την έκθεση του Γραφείου Στατιστικών Εργασίας του 2021, οι άνθρωποι που εγκατέλειπαν οικειοθελώς την εργασία τους είχαν φτάσει στο υψηλότερο επίπεδο της καριέρας τους τον Νοέμβριο του 2021. Πολλοί ταλαντούχοι άνθρωποι αναζητούν καλύτερες συνθήκες εργασίας και μισθούς. Ένας από τους καλύτερους τρόπους δικτύωσης και διατήρησης νέων ταλέντων είναι οι προσωπικές εκδηλώσεις και συναντήσεις.

Σταδιακή υποχώρηση της πανδημίας

Παρά την πρόσφατη εμπειρία με την Omicron, η πανδημία υποχωρεί. Σε πρόσφατη συνέντευξή του, ο Dr. Fauci ανέφερε ότι οι ΗΠΑ δεν βρίσκονται πλέον σε «πλήρη πανδημική φάση». Υπάρχει πραγματική αισιοδοξία ότι ο ιός Covid θα μπορούσε να αλλάξει από κατάσταση πανδημίας σε πιο βιώσιμο ενδημικό καθεστώς.

Αύξηση στα ποσοστά εμβολιασμού

Τα ποσοστά εμβολιασμού αυξάνονται σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο, κάνοντας τους ανθρώπους να νιώθουν πιο ασφαλείς να παρακολουθήσουν live εκδηλώσεις. Από τον Φεβρουάριο του 2022, πάνω από το 60% του πληθυσμού των ΗΠΑ ήταν πλήρως εμβολιασμένο και τουλάχιστον το 75% έχει κάνει ένα εμβόλιο. Οι ευρωπαϊκές χώρες έχουν ακόμη υψηλότερα ποσοστά.

Τις τελευταίες δύο εβδομάδες, αρκετοί οργανισμοί δημοσίευσαν και αναφορές σχετικά με την τρέχουσα κατάσταση και τις μελλοντικές προοπτικές για τη βιομηχανία των events και meetings. Ο κλάδος στο σύνολό του είναι αισιόδοξος για το 2022 μετά από ένα πιο αργό από το προβλεπόμενο 2021. Το επόμενο έτος σίγουρα θα δούμε ποικιλία στον κλάδο εικονικών, υβριδικών και προσωπικών εκδηλώσεων, καθώς οι εταιρείες θα συνεχίζουν να πειραματίζονται, μέχρι να βρουν τη μορφή των events που τους ταιριάζει. Παρακάτω είναι μερικά από τα σημαντικότερα ευρήματα από τις πρόσφατες αναφορές:



Η υγεία και η ασφάλεια είναι ακόμα σε προτεραιότητα

Αν και η πανδημία υποχωρεί σιγά-σιγά σε ολόκληρη τη χώρα, έχει αποδειχθεί απρόβλεπτη, και οι διοργανωτές και οι παρευρισκόμενοι εξακολουθούν να έχουν ανησυχίες όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια που δεν θα εξαφανιστούν εν μια νυκτί. Το 62% των ερωτηθέντων στην αναφορά του The Vendry δήλωσε ότι η υγεία και η ασφάλεια ήταν το κύριο μέλημα που επηρέαζε το επίπεδο άνεσής τους στον προγραμματισμό μιας ζωντανής εκδήλωσης, ενώ η AMEX ανέφερε ότι ο κορυφαίος παράγοντας για να επιστρέψετε σε διαπροσωπικές εκδηλώσεις, σύμφωνα με το 58% των ερωτηθέντων, ήταν η εμπιστοσύνη στα στοιχεία που δείχνουν τη φροντίδα για την υγεία και την ασφάλεια των συμμετεχόντων. Οι προφυλάξεις ασφαλείας επηρεάζουν τόσο τη διαχείριση των εκδηλώσεων όσο και τον προϋπολογισμό τους. Το Vendry διαπίστωσε επίσης ότι ο σχεδιασμός για την υγεία και την ασφάλεια ήταν ο νούμερο ένα παράγοντας που συνέβαλε σε αυξήσεις στους προϋπολογισμούς του 2022. Επιπλέον, οι διοργανωτές πρέπει να κατανοήσουν τις συνεχώς μεταβαλλόμενες νομοθετικές ρυθμίσεις, οι οποίες θα συνεχιστούν και το επόμενο έτος.

Αυξημένη ευαισθητοποίηση για την ψυχική υγεία

Οι συνθήκες του περασμένου έτους έχουν προκαλέσει περισσότερες συζητήσεις σχετικά με την ψυχική υγεία, τόσο στον κλάδο των εκδηλώσεων όσο και στην ευρύτερη κοινωνία. Αυτό αντικατοπτρίζεται στον προγραμματισμό των επαγγελματιών εκδηλώσεων για το επόμενο έτος και μετά, καθώς το 43% των ερωτηθέντων στην έρευνα του The Vendry δήλωσε ότι δίνουν προτεραιότητα στην ψυχική υγεία και ευεξία στο περιεχόμενο και στο σχεδιασμό των εκδηλώσεών τους. Αυτό περιλαμβάνει ενέργειες όπως η συμπερίληψη περισσότερων διαλειμμάτων μεταξύ των συνεδριών και η παρουσίαση ομιλητών που ασχολούνται με τέτοια θέματα.

Ο κόσμος θέλει ακόμα να έχει την επιλογή της virtual συμμετοχής

Η αναφορά της Kaltura περιελάμβανε έρευνες τόσο των διοργανωτών όσο και των παρευρισκόμενων, και από την πλευρά των παρευρισκόμενων το 84% των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι θα ήθελαν να έχουν πάντα την επιλογή να παρακολουθούν εκδηλώσεις εικονικά και το 73% ήταν ικανοποιημένο με τις προηγούμενες εμπειρίες του σε εικονικές εκδηλώσεις.

Η βιωσιμότητα στο επίκεντρο των αναφορών

Ο κλάδος των εκδηλώσεων δεν γνώριζε σε μεγάλο βαθμό το αποτύπωμα άνθρακα στο παρελθόν, αλλά η αυξανόμενη κλιματική κρίση και το υψηλό προφίλ συνέδριο COP26 επέστησαν την προσοχή στη σημασία των βιώσιμων πρωτοβουλιών, τις οποίες πολλοί διοργανωτές αρχίζουν να εφαρμόζουν. Το 83% των επαγγελματιών εκδηλώσεων που ερωτήθηκαν από την AMEX, ανέφεραν ότι οι οργανώσεις τους λαμβάνουν υπόψη τη βιωσιμότητα όταν σχεδιάζουν εκδηλώσεις, ιδίως όσο αφορά τη μείωση του χαρτιού και την εφαρμογή μέτρων εξοικονόμησης ενέργειας και μείωσης των απορριμμάτων. Υπάρχει ακόμη πολλή δουλειά να γίνει, αλλά είναι μια πολλά υποσχόμενη αρχή.

Το σίγουρο είναι ότι το 2022 θα σηματοδοτήσει δυναμική επιστροφή για τον κλάδο, που καλείται να επαναπροσδιοριστεί και να επανατοποθετηθεί κάτω από νέες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες, νέες τάσεις και πρότυπα. Οι άνθρωποι επιστρέφουν στην κανονικότητα και αναζητούν όλο και περισσότερο την προσωπική επαφή. Ωστόσο, η τεχνολογία με την άφιξη του 5G και σε άλλες χώρες του 10G αυξάνει με ταχύτατο ρυθμό τις δυνατότητες των virtual events. Η αντίθεση θα προκαλέσει ερωτήματα που θα μείνουν αναπάντητα για την ώρα, μέχρι οι εταιρείες αλλά και η γενικότερη τάση του κόσμου να δείξουν το δρόμο για τη μετά-την πανδημία εποχή στον κλάδο των events.

Το αποτύπωμα της Covid-19

Το DNA της βιομηχανίας των συνεδρίων και των εκδηλώσεων φαίνεται πως έχει αλλάξει η πανδημία του νέου κορονοϊού.

Το αποτύπωμα που έχει αφήσει η Covid-19, όπως όλα δείχνουν, θα επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο θα πραγματοποιηθούν οι εκδηλώσεις και το 2022.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με έρευνα της 6Connex που διενεργήθηκε σε συνεργασία με την BizBash το τέταρτο τρίμηνο του 2021, πάνω από το 75% θα διοργανώσει κάποιο τμήμα των εκδηλώσεων του διαδικτυακά το 2022. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (51%) πιστεύουν πως οι εκδηλώσεις για το μεγαλύτερο μέρος του 2022 θα πραγματοποιηθούν με τη μορφή ενός υβριδικού μοντέλου (σ.σ. δηλαδή ενός συνδυασμού διά ζώσης και διαδικτυακών εκδηλώσεων), ενώ ένα 25% αναμένει να γίνουν εξ ολοκλήρου διαδικτυακά.

Μάλιστα, η εν λόγω έρευνα πραγματοποιήθηκε πριν να γίνουν γνωστές οι επιπτώσεις των μεταλλάξεων Δέλτα και Όμικρον του νέου κορονοϊού. «Ακόμη και πριν όλοι να συνειδητοποιήσουμε το νέο κύμα της πανδημίας που δημιούργησε η Όμικρον, οι διοργανωτές των εκδηλώσεων πίστευαν πως τα διαδικτυακά events -είτε με τη μορφή ενός υβριδικού μοντέλου είτε εξ ολοκλήρου διαδικτυακά- θα παίξουν σημαντικό ρόλο το 2022», αναφέρει ο CMO της 6Connex, Luiz Martins. Επιπρόσθετα, αναφέρει ότι «πέρα από την πιο πρόσφατη παραλλαγή, πιστεύουμε ότι η αλλαγή (σ.σ. όσον αφορά τον τρόπο πραγματοποίησης των εκδηλώσεων) είναι μόνιμη, καθώς οι διοργανωτές εκδηλώσεων, οι προγραμματιστές, ακόμη και οι συμμετέχοντες κατανοούν τα οφέλη της διεξαγωγής τους είτε διαδικτυακά είτε με ένα υβριδικό σύστημα».

Τα αποτελέσματα της έρευνας υποδεικνύουν επίσης ότι η βιομηχανία εκδηλώσεων το 2021 άρχισε να επενδύει όλο και περισσότερο σε τεχνολογίες πραγματοποίησης εκδηλώσεων διαδικτυακά, αξιοποιώντας τα εν λόγω εργαλεία για την υποστήριξη εκδηλώσεων κάθε είδους, συμπεριλαμβανομένων meetings, εμπορικών εκθέσεων και συνεδρίων. Η τεχνολογία διαδικτυακών εκδηλώσεων έχει γίνει πιο «έξυπνη» και έχει εξελιχθεί τους τελευταίους 18 μήνες, σε σημείο που θα αποτελεί μέρος ολοένα

και περισσότερο εκδηλώσεων, ακόμα και αφού τελειώσει η πανδημία.

«Για τους διοργανωτές, πρόκειται για τη δημιουργία μιας "ισορροπίας" μεταξύ ωφελειών που προσφέρουν τόσο οι εικονικές όσο και οι διά ζώσης εκδηλώσεις. Οι τελευταίοι 18 μήνες κατέδειξαν την απόδοση της επένδυσης (ROI) στα διαδικτυακά εργαλεία, όπως η μείωση κόστους, η προσέλκυση ευρύτερου κοινού και η βιωσιμότητα».

Ωστόσο, οι φόβοι που σχετίζονται με τον κορονοϊό εξακολουθούν να αποτελούν έδαφος ανησυχίας. Σύμφωνα με την έρευνα, το 37% των ερωτηθέντων αναφέρει ότι οι οργανισμοί στους οποίους ανήκουν, έχουν αυξήσει τις επενδύσεις στην τεχνολογία που αφορά τη διεξαγωγή υβριδικών εκδηλώσεων λόγω των μεταλλάξεων του ιού. Για το 2022, το 32% των ερωτηθέντων αναμένει ότι περισσότερες από τις μισές από τις διά ζώσης εκδηλώσεις θα περιλαμβάνουν ένα ή περισσότερα ψηφιακά «στοιχεία», όπως ζωντανή ροή μέσω link ή απομακρυσμένη πρόσβαση για να φιλοξενήσουν «εικονικούς» συμμετέχοντες.

Μάλιστα, στην έρευνα καταγράφεται και ο αντίκτυπος των επιπτώσεων της πανδημίας στα συνέδρια το 2021. Σχεδόν 3 στους 4, ήτοι το 72% των ερωτηθέντων, κάνουν λόγω για ακύρωση ή αναβολή εκδηλώσεων ως αποτέλεσμα της εξαιρετικά μεταδοτικής παραλλαγής Δέλτα. Αντίθετα, μόνο το 15% λέει ότι δεν πραγματοποίησε κάποια αλλαγή ως αποτέλεσμα της εν λόγω μετάλλαξης. Πάνω από το ένα τρίτο - 34%- άλλαξε ένα ή περισσότερα διά ζώσης συνέδρια σε αμιγώς διαδικτυακά και το 26% μετέτρεψε ένα μέρος κάποιας εκδήλωσης διαδικτυακά. Το 39% των ερωτηθέντων αναφέρει πως το 75% των εκδηλώσεων φέτος έγιναν διαδικτυακά ή με τη χρήση ενός υβριδικού μοντέλου.

«Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες στο χώρο των συνεδρίων και εκδηλώσεων γνώρισαν ραγδαία αύξηση λόγω της πανδημίας και χωρίς να διαφαίνονται σημάδια

αποκλιμάκωσης, είτε υπάρξει κάποια νέα παραλλαγή είτε όχι», τονίζει ο Luiz Martins.

Το αποτύπωμα άνθρακα

Πέρα από την πανδημία, η βιωσιμότητα μπορεί να παίξει ρόλο όσον αφορά τις αποφάσεις των διοργανωτών σχετικά με τις διά ζώσης έναντι των πλήρως διαδικτυακών ή/και υβριδικών εκδηλώσεων και συνεδριάσεων για το 2022 και αργότερα. Λίγο πιο κάτω από το μισό, δηλαδή το 44%, αναμένει να παρουσιαστεί η ανάγκη υπολογισμού του αποτύπωματος σε άνθρακα για τουλάχιστον ένα μέρος των εκδηλώσεών του το 2022, με το 26% να δηλώνει ότι σχεδιάζει να μετρήσει το αποτύπωμα σε άνθρακα όλων των εκδηλώσεών του μέσα στα επόμενα δύο χρόνια. Ένα άλλο 18% αναμένει ότι θα πρέπει να το κάνει για ορισμένα, αλλά όχι όλα τα γεγονότα που το αφορούν. Μόνο το 34% δεν σχεδιάζει να παρακολουθεί το ποσοστό τα επόμενα δύο χρόνια, αν και πιστεύει ότι θα αναγκαστεί να το κάνει προς τα μέσα της δεκαετίας.

Αντίστοιχα, το 2021, το 23% των ερωτηθέντων υπολόγιζαν ήδη το αποτύπωμα άνθρακα όλων των εκδηλώσεών του και μόνο το 28% είχε δηλώσει πως επί του παρόντος δεν το υπολογίζει σε καμιά από τις εκδηλώσεις του. Ένα επιπλέον 9% παρακολουθεί το αποτύπωμα άνθρακα σε ορισμένες αλλά όχι όλες τις εκδηλώσεις, ενώ το 6% μετράει το αποτύπωμα εκείνων που πραγματοποιούνται διά ζώσης και όχι διαδικτυακά.

Αύξηση του φόρτου εργασίας κατά τη διάρκεια της πανδημίας

Οι περισσότεροι διοργανωτές που συμμετείχαν στην έρευνα εργάζονται σε διάφορους τύπους εκδηλώσεων, με πιο κοινές να είναι αυτές που αφορούν meetings με ποσοστό 60%. Μεταξύ των ερωτηθέντων που μπορούσαν να επιλέξουν περισσότερες από μία επιλογές, το 56% ανέφερε ότι εργάζεται σε συνέδρια. Από αυτό, περίπου το ένα τρίτο (33%) εργάζεται σε εμπορικές εκθέσεις/συνέδρια, το 32% σε φιλανθρωπικές εκδηλώσεις και το 30% σε προγράμματα κατάρτισης.

Χαρακτηριστικό είναι ότι η δουλειά τους αυξήθηκε κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Πριν από το 2020, μόλις το 10% ανέφερε πως είναι υπεύθυνο για τη διοργάνωση μεταξύ 51 και 100 εκδηλώσεων. Τώρα, το ποσοστό αυτό έχει ανέβει στο 20%. Αξίζει να αναφερθεί ότι προ πανδημίας, το 62% των planners ήταν υπεύθυνο για 6 μέχρι 50 εκδηλώσεις, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το 2021 διαμορφώθηκε στο 50%.

Ο αντίκτυπος στο budget

Η επιρροή που άσκησε ο κορονοϊός στα budget των εκδηλώσεων είναι ανάμικτη. Συγκεκριμένα, περίπου οι μισοί ερωτηθέντες, ήτοι το 49%, ανέφεραν πως ο προϋπολογισμός τους για τη διεξαγωγή εκδηλώσεων για το 2021 έφτανε μέχρι τα 500.000 δολάρια, ενώ το υπόλοιπο 51% ανέφερε πως ήταν υψηλότερος από 500.000 δολάρια. Όσον αφορά τον τεχνολογικό εξοπλισμό, παρά την αυξανόμενη εξάρτηση από διαδικτυακές πλατφόρμες για τη διεξαγωγή εκδηλώσεων, το 63% ανέφερε πως ο προϋπολογισμός για τη διεξαγωγή διαδικτυακών εκδηλώσεων ήταν κάτω από τα 250.000 δολάρια, ενώ μάλιστα 3 στους 10 ερωτηθέντες ανέφεραν πως ο προϋπολογισμός τους δεν ξεπερνούσε τα 25.000 δολάρια.

Όσον αφορά το budget για τις διαδικτυακές εκδηλώσεις το 2022, το 31% αναφέρει πως σημειώθηκαν περικοπές στους προϋπολογισμούς ενώ το 31% αναφέρει πως σημειώθηκε αύξηση. Όταν σημειώνεται αύξηση, αυτή συνδέεται με τον κορονοϊό, καθώς το 37% αναφέρει ότι η μετάλλαξη οδήγησε τον οργανισμό τους να αυξήσει τις επενδύσεις σε τεχνολογία για μια υβριδικού τύπου εκδήλωση.

«Οι διαδικτυακές εκδηλώσεις είναι απαραίτητες για την κάλυψη των αναγκών πολλών ατόμων που θέλουν να παρευρεθούν, αλλά δεν αισθάνονται ακόμα άνετα με τα ταξίδια ή τις μεγάλες συγκεντρώσεις», λέει ο κ. Martins. «Εκτός από την προσαρμοστικότητα που προσφέρει, η τεχνολογία διαδικτυακών εκδηλώσεων δίνει στους διοργανωτές μια εικόνα σχετικά με τα μοτίβα συμπεριφοράς των συμμετεχόντων που ξεπερνά τις μετρήσεις όπως αποτυπώνονται στις παραδοσιακές εκδηλώσεις», προσθέτει.

Ποια διαδικτυακά εργαλεία προτιμώνται περισσότερο

Καθώς οι διαδικτυακές εκδηλώσεις έγιναν πλέον ο κανόνας, οι πάροχοι τεχνολογίας η οποία επιτρέπει την εικονική τους διεξαγωγή, αναβάθμισαν και διεύρυναν τις προσφορές τους, ενώ οι διοργανωτές από την πλευρά τους εξοικειώθηκαν με αυτά τα εργαλεία.

Τα κορυφαία εργαλεία για τη διεξαγωγή των διαδικτυακών εκδηλώσεων, σύμφωνα με την έρευνα, είναι: Τα live chats (72%), δημοσκοπήσεις σε πραγματικό χρόνο (65%), ζωντανές συνεδρίες Q&A (60%), εικονικοί χώροι υποδοχής (49%), One-on-One δικτύωση συμμετεχόντων (37%) και διαγωνισμοί και giveaways (35%).

Βασίλης Μεντζελόπουλος, Managing Director

20 χρόνια εξελισσόμαστε, ενημερωνόμαστε, τολμάμε

Η amuse γίνεται φέτος 20 χρονών! Πού βρίσκεστε σήμερα και πώς σας επηρέασε η πανδημία;

Γιορτάζουμε! Το ότι είμαστε όλοι καλά, τη χαρά μας που ανήκουμε στο 0,01% των ελληνικών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών που λειτουργούν 20+ χρόνια και, φυσικά, γιορτάζουμε που είμαστε μια ομάδα 35 ανθρώπων με πάνω από 200 εξωτερικούς συνεργάτες στην Ελλάδα και τον κόσμο και κάνουμε αυτό που μας κάνει χαρούμενους και παραγωγικούς: δημιουργούμε εμπειρίες-τροφή για την καρδιά και το μυαλό των ανθρώπων.

Αυτά τα 20 χρόνια εξελισσόμαστε συνέχεια, ενημερωνόμαστε, τολμάμε. Η πανδημία επιτάχυνε την εξέλιξη αυτή και, κυρίως, μας βοήθησε να πείσουμε κάποιους πιο διστακτικούς μας πελάτες να περάσουν στη νέα εποχή.

Η amuse είναι γνωστή για τα δημιουργικά και βιωματικά της events. Πόσο εύκολο ήταν να μεταφέρετε την εμπειρία αυτή στον Online κόσμο;

Χρειάστηκε να αλλάξουμε γρήγορα την εργαλειοθήκη μας, όμως ο τρόπος σκέψης και οπτικής μας ήταν ο ίδιος: ενσυναίσθηση, αφογκράσου τι χρειάζεται το κοινό σου, και μετά τι θέλεις να του πεις. Το βασικό μας χαρακτηριστικό ως εταιρεία είναι ότι δεν κάνουμε δράσεις· προσφέρουμε λύσεις μέσα από δράσεις, και αυτό έχει μεγάλη διαφορά.

Από την άλλη, έχοντας μεγάλη προϋπηρεσία στην παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών και broadcasted διοργανώσεων, ήμασταν από τις πρώτες εταιρείες στην Ευρώπη που οργανώσαμε μεγάλα επιτυχημένα online events με συμμετέχοντες το εσωτερικό κοινό πελατών, με θεαματικά αποτελέσματα σε σημαντικά KPIs, όπως αύξηση παραγωγικότητας, retention, ακόμη και ποιοτική αναβάθμιση διαδικασιών recruitment. Φυσικά, σε αυτό το στάδιο, ως πρωτοπόροι ήταν δύσκολο να συμπαρασύρουμε τους πελάτες στο χώρο του Online και ήταν αρχικά τολμηρό να μας εμπιστευτούν τη ζωντανή διάδραση μέσα από την κάμερα αλλά και τις ενέργειες-series στα οποία κερδίζεις τη συμμετοχή σου... Τα καταφέραμε όμως!



Ποιο ήταν το πιο δύσκολο να δεχτεί ο πελάτης σας σχετικά με τις καινοτόμους προτάσεις που τους κάνατε πριν να σας αναθέσει κάθε project;
Το πιο δύσκολο ήταν να πείσεις κάποιον ότι

αυτά που έχει να πει σε 20 λεπτά, λέγονται και σε πέντε. Ότι το μήνυμα είναι το συναίσθημα, και αυτό είναι quick win με τον σωστό τρόπο. Οτιδήποτε διαρκεί πάνω από... π.χ. ένα track (σκεφτείτε το αγαπημένο σας ροκ τραγούδι), γίνεται παρελθόν ως προσλαμβάνουσα πριν προλάβει να περάσει το μήνυμά του.

Τι πιστεύετε ότι σας ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό σας;

Αν σκεφτώ ένα στοιχείο, αυτό είναι σίγουρα ο τρόπος που συνεργαζόμαστε με ανθρώπους, είτε είναι πελάτες είτε συνεργάτες, προμηθευτές ή και άλλες εταιρείες που προσφέρουν τις ίδιες λύσεις με εμάς. Πιστεύουμε πολύ στη συνεργασία, που αποτελεί μονόδρομο για μια υγιή αγορά, με ανθρώπους που χαίρονται κάθε μέρα της ζωής τους. Το φιλοσοφήσαμε λίγο παραπάνω, αλλά πραγματικά πιστεύω ότι τα ωραία projects τα κάνουν οι ωραίες συνεργασίες.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
AMUSE

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Χρήστου Λαδά 1, 15233, Χαλάνδρι

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 6444751

E-MAIL
info@amuse.gr

WEBSITE
www.amuse.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Βασίλης Μεντζελόπουλος, Managing Director



Taste of Athens. Gourmet Food Festival



Germanos, Power on People. Team building



Sarantis group, Annual conference



ΚΑΤΣΟΒΟΛΟΣ, Store Opening and VR Experience @Patra



COSMOTE, Management Team Meeting, Online Conference



Cosmopop, Online Team Building Activation



E Y Z H N
We Make Things Happen

Χάρης Κρανίου, Managing Partner

Deep transformation through deep experiences

Πώς επηρέασε η πανδημία την αγορά event marketing στην Ελλάδα; Ποια είναι η εικόνα αυτήν τη στιγμή και τι εκτιμάτε για το άμεσο μέλλον;

Το 2020 μας έριξε όλους σε ένα κενό. Ως άτομα, ως εταιρείες και οργανισμοί έπρεπε να σκεφτούμε, να αντιδράσουμε και να εξελιχθούμε. Καθώς οι συγκεντρώσεις μεγάλων ομάδων δεν ήταν επιλογή, αναζητήσαμε νέους τρόπους για να παραμείνουμε συνδεδεμένοι και να επικοινωνήσουμε με το κοινό μας, εντός και εκτός εταιρειών. Άλλωστε, οι εμπειρίες που προσφέρουμε (φυσικές, εικονικές, υβριδικές) είναι ο καταλύτης της επιτυχίας των σχέσεών μας. Η εικόνα που έχω για την επόμενη μέρα μπορεί να χαρακτηριστεί ακόμα και ρομαντική. Η συνύπαρξη και η επαφή με άλλους ανθρώπους είναι αναπόσπαστο κομμάτι της βιολογικής μας οντότητας και του EY ZHN γενικότερα. Η ανάγκη μας για κοινές εμπειρίες είναι αδιαμφισβήτητη. Εμπειρίες που ζούμε από κοντά, πρόσωπο με πρόσωπο, ζωντανά, σε οποιοδήποτε πλαίσιο και με οποιαδήποτε αφορμή: μια φιλική συνάντηση, ένας εορτασμός, ένα συνέδριο, μια παρουσίαση προϊόντος ή μια προωθητική ενέργεια. Γι' αυτό πιστεύω πως η βαθύτερη ανάγκη των ανθρώπων να έρχονται ζωντανά σε επαφή, δεν θα χαθεί ποτέ. Σίγουρα η εμπειρία θα διατηρήσει μια πιο «υβριδική» μορφή, ακολουθώντας νέους κανόνες και τακτικές αλλά κρατώντας στο DNA της το «ζωντανά».

Πώς αντιμετωπίσατε εσείς αυτές τις νέες προκλήσεις; Σε ποιες κινήσεις προχωρήσατε;

Τα τελευταία δυο χρόνια, παρά τις δυσκολίες, τολμώ να πω ότι ως εταιρεία νιώθουμε προνομιούχοι. Αποτελούμαστε από μια ομάδα ανθρώπων με διαφορετικά υπόβαθρα, εμπειρίες και γνώσεις. Αυτά, σε συνδυασμό με την εταιρική εμπειρία 30 ετών, μας έδωσαν τα εφόδια και την αυτοπεποίθηση να μπορούμε να παρέχουμε λύσεις. Συνδυάσαμε την εμπειρία, την τεχνογνωσία και τη φιλοσοφία της εταιρείας μας και σχεδιάσαμε νέες υπηρεσίες και ενέργειες σε virtual περιβάλλοντα, σε συνεργασία με την powerX.tech, για όλα όσα μέχρι τώρα ζούσαμε



από κοντά. Δημιουργήσαμε virtual events, meetings, εμπειρίες και περιεχόμενο για οποιαδήποτε ανάγκη, αξιοποιώντας το Xfuture studio, το πρώτο virtual studio στην Ελλάδα, αλλά και το «NEON», το νέο μας studio, που καλύπτει ανάγκες ψηφιακών και

τηλεοπτικών παραγωγών. Τέλος, προχωρούμε σε μια σημαντική αναδιάρθρωση και εισαγωγή νέων υπηρεσιών που σχετίζονται με τη νέα εποχή στην οποία μπαίνει ο πλανήτης και ο κόσμος μας.

Τι κάνει την εταιρεία να ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό;

Το βασικότερο που μας ξεχωρίζει είναι η επικέντρωσή μας στην ουσία και το περιεχόμενο. Πιστεύουμε πως στη νέα εποχή που ξεκινάει δεν αρκεί να προσαρμοστούμε· οφείλουμε να εξελιχθούμε. Εισάγουμε λοιπόν την έννοια των «Deep Experiences». Μια ειδικά σχεδιασμένη μορφή εμπειρίας, συνδυάζοντας σκοπό, νόημα, στρατηγική, αφήγηση και immersive περιεχόμενο (ζωντανό, εικονικό ή ψηφιακό). Βαθιές εμπειρίες που οδηγούν σε βαθιά αποτελέσματα και τελικά καταλήγουν στο EY ZHN οργανισμών, εταιρειών, brands και προορισμών, μέσα από το EY ZHN για κάθε μορφή ζωής.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ

EY ZHN

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Πιερίας 1Α, 14451, Μεταμόρφωση

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 9944544

E-MAIL

kranios@eyzhn.com

WEBSITE

www.EYZHN.com

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Χάρης Κρανίου, Managing Partner



Olympic Games Sochi



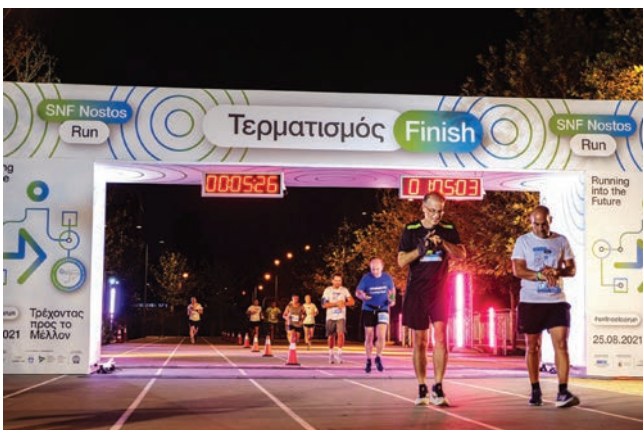
OPAP 37th Athens Authentic Marathon



Coca-Cola 3E HORECA 2022



NN Hellas 2021 Sales Congress



SNF Run 2021



Coca-Cola 3E Youth Empowered

Έλια Ηλιάδη, Sales & Marketing Director

Η δημιουργικότητα είναι στο DNA μας

Πώς επηρέασε η πανδημία την αγορά event marketing στην Ελλάδα; Ποια είναι η εικόνα αυτήν τη στιγμή και τι εκτιμάτε για το άμεσο μέλλον;

Η πανδημία έφερε απρόσμενα το "transformation" στον κλάδο μας. Ξαφνικά έπρεπε να περάσει από το Live στο Virtual, χωρίς όμως να υπάρχει η προετοιμασία και η «εκπαίδευση» στην αγορά, εταιρείες event ή πελάτες. Το πρώτο ξάφνιασμα όμως έγινε δημιουργία και «προσαρμογή», και μέχρι το τέλος του 2020 η αγορά είχε προσαρμοστεί. Το 2022, όπου οι συνθήκες της αγοράς συνεχίζουν να εναλλάσσονται, οι εταιρείες όπως η Event Plus θα συνεχίσουν να προσφέρουν μια ευρεία γκάμα experiences: Live, Hybrid & Digital. Τα Hybrid Events θα αποτελούν μια καθιερωμένη πρακτική, καθώς συνδυάζουν αρκετά πλεονεκτήματα, όπως η μέγιστη δυνατή ευελιξία, πολύ μεγάλο πεδίο δημιουργικότητας και υψηλό ROI. Ταυτόχρονα, τα μεγάλα Live Events θα συνεχίσουν να είναι σημαντικά, πολύτιμα θα μπορούσα να πω, και θα έχουν όλο και περισσότερο blending της live εμπειρίας με τη digital.

Πώς αντιμετωπίσατε εσείς αυτές τις νέες προκλήσεις; Σε ποιες κινήσεις προχωρήσατε;

Από το ξέσπασμα της Covid μέχρι σήμερα, η Event Plus έχει υλοποιήσει με επιτυχία πάνω από 450 Digital Events, υιοθετώντας νέες τεχνολογίες, advanced concepts και νέους τρόπους εργασίας. Ο κύριος λόγος είναι ότι αποδεχθήκαμε την πρόκληση, και αυτή μας οδήγησε σε αλλαγή και εξέλιξη. Δώσαμε μεγάλη έμφαση στην καινοτομία, αντιδράσαμε με ευελιξία και ταχύτητα, στοχεύοντας στη δημιουργία για κάθε project μας ενός ολοκληρωμένου Event Experience. Αντιληφθήκαμε γρήγορα ότι το landscape των event αλλάζει ολοκληρωτικά και ανταποκριθήκαμε άμεσα, αναπροσαρμόζοντας τη στρατηγική μας. Εστίασαμε σε 4 περιοχές: ομάδα, πελάτες, product offering και brand image. Τη δυσκολία πραγματοποίησης των Live Events τη



μετατρέψαμε σε ευκαιρία και προσφέρουμε μοναδικά Hybrid Event Experiences, που χτίζουν υψηλό engagement στο κοινό τους.

Η ομάδα μας λειτούργησε σε μοντέλο remote work, χωρίς να χαθούν η ενέργεια και η ευελιξία που χαρακτηρίζει την

Event Plus. Ταυτόχρονα, μεγαλώσαμε, εντάσσοντας ομαλά στην «οικογένειά» μας νέα μέλη. Επενδύσαμε σε εκπαιδεύσεις στο πλαίσιο κουλτούρας, αλλά και soft skills, εξασφαλίζοντας τη δυναμική της ομάδας και την αποτελεσματικότητα.

Παραμείναμε κοντά στους πελάτες μας, προτείνοντας τις κατάλληλες λύσεις ανάλογα με τις συνθήκες και το brief. Κάθε Brand Experience που υλοποιήσαμε τα τελευταία δύο χρόνια ανέβαζε ψηλότερα τον πήχυ της δημιουργικότητας, της καινοτομίας και της άρτιας εκτέλεσης. Για κάθε experience που δημιουργούμε, ανεξάρτητα αν είναι Live ή Hybrid/Digital, στόχος μας είναι να συνδέει ανθρώπους και ομάδες και να προσθέτει αξία. Ευχαριστούμε τους συνεργάτες μας, την adidas, τον Παπαστράτο, τη FrieslandCampina, την Kaizen, την AIA Relate, τη Microsoft, τη L'Oréal και πολλούς ακόμα που μας εμπιστεύονται projects υψηλών προδιαγραφών.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
Event Plus A.E.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Πραξιτέλους 50, 17674, Καλλιθέα, Αθήνα

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
211 1820920

EMAIL
e.hliadi@eventplus.gr

WEBSITE
www.eventplus.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Έλια Ηλιάδη, Sales & Marketing Director



FrieslandCampina Πανελλαδική Εμπορική Συνάντηση



Internorm Live Event - Ζάππειο



L'Oréal - Digital Event



Royal Canin - Promotional activation Golden Hall

Μιλώντας για τις υπηρεσίες μας, να τονίσω ότι η στρατηγική μας είναι να συνεχίσουμε να προσφέρουμε Event Strategy & Design αλλά και Brand & Employee Experiences, τόσο σε τοπικό αλλά και διεθνές επίπεδο. Έχουμε «τρέξει» με επιτυχία Global Events για αρκετούς πελάτες μας και συνεχίζουμε, προσφέροντας την εμπειρία μας και σε πελάτες εξωτερικού.

Τι κάνει την εταιρεία να ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό;

Οι αξίες, το πάθος και η ομάδα μας! Εξερευνούμε συνεχώς νέα μονοπάτια, δεν μας σταματούν οι προκλήσεις και η δημιουργικότητα είναι στο DNA μας. Τίποτα όμως από αυτά δεν θα μπορούσε να

συμβαίνει χωρίς τους ανθρώπους της Event Plus, που εδώ και 15 χρόνια, με χαμόγελο, οργάνωση, αλλά και πολλή αγάπη γι' αυτό που κάνουν, βρίσκονται δίπλα σε πελάτες και συνεργάτες, δημιουργώντας αξέχαστες και δυνατές εμπειρίες.

Για να εκφράσουμε λοιπόν καλύτερα όλη αυτή την αλλαγή στρατηγικής, με χαρά παρουσιάζουμε το νέο μας Brand Identity. Ήταν μια διαδικασία που δουλέψαμε προσεκτικά και συλλογικά τους τελευταίους μήνες κι έχει ως στόχο να αναδείξει την Event Plus ως μια δυναμική και σύγχρονη εταιρεία που προσφέρει Brand Experiences και ενώνει ανθρώπους και ομάδες. Σχεδιάζουμε ακόμα αρκετά νέα πράγματα που θα έχουμε τη χαρά να μοιραστούμε τους επόμενους μήνες. Ευχαριστώ για την πολύ όμορφη συζήτηση.

Unbox Tomorrow - Hybrid Event | Παπαστράτος



Ευαγγελία
Σταματοπούλου
Account Director

Unbox Tomorrow για την εταιρεία Παπαστράτος ή αλλιώς... Unbox The Challenge για την Event Plus! Μας αρέσουν οι προκλήσεις, οπότε σχεδιάσαμε ένα Hybrid Event με 200 καλεσμένους και 300 απομακρυσμένους συμμετέχοντες σε έναν ιδιαίτερο χώρο. Η Θόλος του Κέντρου Πολιτισμού Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος επιλέχθηκε πολύ

προσεκτικά, καθώς ο φουτουριστικός σχεδιασμός της εξυπηρετούσε ιδανικά τις απαιτήσεις του concept, το οποίο κράτησε τη λογική του "Unbox" σε όλα τα στάδια της παραγωγής και υλοποίησης, ενώ ενισχύθηκε με στοιχεία όπως η εντυπωσιακή Led Wall οθόνη διαστάσεων 7X4m σε σχήμα κουτιού και ποικίλες δράσεις: Unbox The Future, όπου ο Δημήτρης Δημητριάδης, Digital Futurist, μας ταξίδεψε στο 2049. Unbox The News, όπου η εμπορική ομάδα μαζί με τον Σπύρο Μαργαρίτη



σε ρόλο "Unboxer" μοιράστηκαν με το κοινό τα νέα του brand και παρουσίασαν νέα προϊόντα, χρησιμοποιώντας 3D interactive απεικονίσεις ειδικά σχεδιασμένες για το event. Unbox The Lunch, όπου το υπέροχο γεύμα παρουσιάστηκε σε lunch boxes, με το ανάλογο branding. Και φυσικά... Unbox The Fun, όπου ο Αλέξανδρος Τσουβέλας με το αστείρευτο ταλέντο του χαλάρωσε το κοινό μετά από μια γεμάτη ημέρα. Με πάθος, όρεξη και υψηλά standards, δημιουργήσαμε το απόλυτο "Unbox" experience και δηλώνουμε πολύ περήφανοι για το αποτέλεσμα.

μΑΖΙ διαμορφώνουμε το μέλλον - Digital Event | Αθηναϊκή Ζυθοποιία



Βασιλεία Κορορού
Account Director

Για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μάς εμπιστεύτηκε τη διοργάνωση του Εμπορικού Συνεδρίου της. Η πρόκληση ήταν διπλή, αφενός γιατί κληθήκαμε να δημιουργήσουμε μια μοναδική Digital εμπειρία, και αφετέρου γιατί έπρεπε να καλλιεργήσουμε την αίσθηση του "μΑΖΙ", παρόλο που τους χώριζαν τόσα χιλιόμετρα.

Ο industrial χώρος του ΑΘΗΝΕΟ μετατράπηκε σε πλήρως εξοπλισμένο στούντιο για τις πέντε ημέρες των γυρισμάτων και του live streaming. Η ιδιαίτερη αισθητική του χώρου, σε συνδυασμό με το branding, δημιούργησαν μια μοναδική ατμόσφαιρα. Οι 370 συμμετέχοντες δεν παρακολούθησαν



μόνο τα νέα όλων των brands· ταξίδεψαν στον κόσμο του metaverse, βλέποντας τους ομιλητές να μεταμορφώνονται σε avatars. Η εμπειρία ολοκληρώθηκε με τη γευστική δοκιμή των προϊόντων που έλαβαν στο ειδικά διαμορφωμένο "conference kit" και απόλαυσαν "μΑΖΙ", ως μια κεφάτη διαδικτυακή παρέα.

Η τεχνογνωσία και η εμπειρία της Event Plus, σε συνδυασμό με την καινοτόμο προσέγγιση και τη χρήση cutting edge τεχνολογιών, απογείωσαν το Event.

FW22 Europe South East Sales & Marketing Meeting - Digital Event | adidas



Γιάννης Πατακιάς
Account Director

Η ομάδα της Event Plus αποδέχτηκε την πρόκληση της adidas για το φετινό FW22 Europe South East SMM. Μπορεί οι περιορισμοί της πανδημίας να μας έφεραν αντιμέτωπους με την πρόκληση του Digital, αλλά καταφέραμε να ενθουσιάσουμε τους συμμετέχοντες προσφέροντάς τους τη δυνατότητα να περιηγηθούν σε ένα Virtual Interactive Lobby, με tailor made

Show Rooms για κάθε κατηγορία, αναβαθμίζοντας το event σε μια μοναδική εμπειρία.

Η σκηνοθετική προσέγγιση, εναρμονισμένη με το concept, ανταποκρίθηκαν στην ανάγκη δημιουργίας ενός οικείου περιβάλλοντος. Φωτογραφίζοντας τα γραφεία/showrooms της εταιρείας στην Αθήνα και προσαρμόζοντάς τα στο green studio, «μεταφέραμε»



όλους τους συμμετέχοντες σε γνώριμους αλλά και νέους χώρους που δεν είχαν τη δυνατότητα να επισκεφθούν διά ζώσης. Η εμπειρία ολοκληρώθηκε με τη συμμετοχή σε Live Quiz, διαδραστικά εργαλεία και την παραδοσιακή οικογενειακή φωτογραφία με όλους τους συμμετέχοντες "on stage".

Χαρακτηρίστηκε από τους συμμετέχοντες το καλύτερο Digital Event. Τα νούμερα μιλούν από μόνα τους: λιγότερο από ένας μήνας προετοιμασίας, τρεις ημέρες προβών, δύο ημέρες broadcast, συντονισμός 30 παρουσιαστών σε 21 παρουσιάσεις, 220 συμμετέχοντες από διαφορετικές χώρες της Ευρώπης.

Το κέφι και η όρεξη της Event Plus προσθέτουν πάντα αξία σε κάθε event, και η δημιουργία μιας μοναδικής εμπειρίας, ανεξαρτήτως συνθηκών, βρίσκεται πάντα στο επίκεντρο. Γιατί και τα Digital events δημιουργούν εμπειρίες και μπορούν να μείνουν αξέχαστα!

The Cobalt Night - Live Event | La Prairie

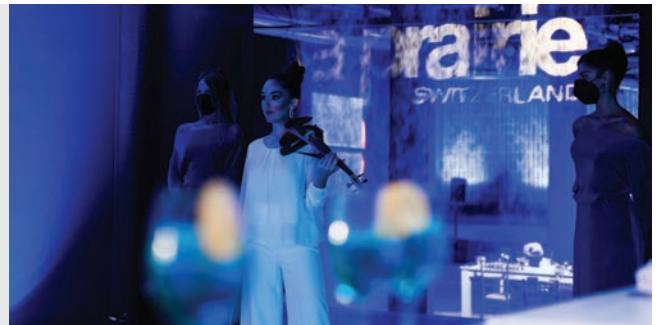
3 βραδιές αφιερωμένες στις 5 αισθήσεις



Μηνάς Χρήστου
Account Director

Από το σχεδιασμό μέχρι την υλοποίηση της εκδήλωσης, ο στόχος για την ομάδα της Event Plus ήταν να παρουσιάσουμε ένα περιβάλλον αντάξιο της αισθητικής του brand και ένα μοναδικό ταξίδι αισθήσεων για τους καλεσμένους μας. Χρησιμοποιώντας υψηλής ποιότητας και αισθητικής υλικά, μεταμορφώσαμε το ιστορικό

Οδείο Αθηνών και, σε συνεργασία με τη AIA Relate, καλωσορίσαμε το κοινό στον κόσμο της La Prairie. Το ταξίδι ξεκινούσε από τον ειδικά διαμορφωμένο χώρο υποδοχής. Συνδυάσαμε neon light installations, product displays και απαλό μπλε φωτισμό με τη minimal αισθητική του χώρου. Υπό τους ήχους ηλεκτρονικού βιολιού, οι καλεσμένοι απολάμβαναν το tailor made cocktail τους, εμπνευσμένο από το μπλε του κοβαλτίου, εξερευνώντας ταυτόχρονα τη μοναδική



συλλογή Skin Caviar της La Prairie.

Το τέλος του violin show σηματοδοτούσε τη μετάβαση στον κυρίως χώρο. Οι καλεσμένοι, περνώντας μέσα από branded κουρτίνα υδρατμού, οδηγούνταν στο χώρο της παρουσίασης και του δείπνου. Ambient μουσική και video projections υποδέχονταν το κοινό, δημιουργώντας το ιδανικό setup για την ομιλία με θέμα την ιστορία και την ταυτότητα του οίκου La Prairie.

Το ταξίδι των αισθήσεων πλαισιώθηκε από το exclusive μενού υψηλής γαστρονομίας έξι πιάτων με κύριο συστατικό το χαβιάρι, που επιμελήθηκε ο ειδικά βραβευμένος chef Γκίκας Ξανάκης.

Συνδυάζοντας όλες τις αισθήσεις, δημιουργήσαμε ένα μοναδικό Brand Experience, αντάξιο του οίκου La Prairie.



Θωμάς Πολίτης, CEO and Founder

Η νέα πραγματικότητα αποτελεί πρόκληση για εμάς

Πώς επηρέασε η πανδημία την αγορά του Event Management αλλά και την εταιρεία σας;

Ο χώρος του event Management, στον οποίο η εταιρεία μας δραστηριοποιείται από το 2011, είναι ο χώρος που χτυπήθηκε όσο κανένας άλλος από την πανδημία, τόσο στην Ελλάδα όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Περαιτέρω, τεράστιο πλήγμα δέχθηκε και ο χώρος του Destination Event Management, δεδομένου ότι είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την τουριστική βιομηχανία, που επίσης επλήγη. Η αγορά των events έχει δείξει τάσεις ανάκαμψης, χωρίς όμως να μπορούμε να πούμε ότι έχει επανέλθει στην κανονικότητα. Η εκτίμησή μου με βάση την 25ετή εμπειρία μου στο χώρο του τουρισμού και των εκδηλώσεων, είναι ότι τα επόμενα χρόνια η βιομηχανία των events θα εξελιχθεί με αλματώδεις ρυθμούς, με αποτέλεσμα «να υποχρεώσει» τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο των εκδηλώσεων να επενδύσουν και να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου. Προϋπόθεση για όλα αυτά είναι να υπάρχει μια παγκόσμια ισορροπία, στο βαθμό που είναι αυτό εφικτό.

Πώς διαχειριστήκατε εσείς αυτή την κρίση, δεδομένου ότι είστε μια εταιρεία με δεκαετή παρουσία στο χώρο του Event Management;

Η εταιρεία μας έχει διεισδύσει δυναμικά τα τελευταία χρόνια στο κομμάτι του Event Management & Production, έχοντας αποκτήσει μεγάλη εμπειρία και portfolio, με μερικά από τα μεγαλύτερα και πιο απαιτητικά events που έχουν πραγματοποιηθεί στη χώρα μας. Η αλήθεια, όμως, είναι ότι στο χώρο των events, κανείς δεν ήταν προετοιμασμένος για μια τέτοια κρίση, ενώ δεν υπήρχαν προηγούμενες εμπειρίες για να αξιοποιηθούν. Εμείς, ως εταιρεία, αναλύσαμε τα νέα δεδομένα και τις συνθήκες που επέβαλε η πανδημία στην αγορά των events, προκειμένου να προσαρμοστούμε στις ανάγκες της εποχής. Επενδύσαμε σε νέα τεχνολογία και θέσαμε καινούργιους στόχους, προσφέροντας νέες



υπηρεσίες, ώστε να καλύψουμε τις ανάγκες της αγοράς, όπως αυτές διαμορφώθηκαν (virtual events). Σε κάθε περίπτωση, πρωταρχική μας μέριμνα ήταν και παραμένει η υγεία και η ασφάλεια του προσωπικού και των πελατών μας.

Τι κάνει την εταιρεία σας να ξεχωρίζει στην αγορά;

Οι άνθρωποί μας είναι η δύναμή μας. Τα τελευταία χρόνια, έχοντας επενδύσει και στο κομμάτι των Corporate Events, η FYE έχει στελεχωθεί με μια έμπειρη ομάδα ατόμων με μεγάλη σταδιοδρομία στο χώρο των εκδηλώσεων του Event Production και του Crisis Management. Για εμάς τα πάντα έχουν ξεχωριστή βαρύτητα στο σχεδιασμό ενός event. Η επιλογή και η διαμόρφωση του χώρου, η σκηνοθεσία, ο φωτισμός, ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός, αλλά και τα Special Constructions, που μπορούν να κάνουν τη διαφορά. Σε αυτό δε, παίζει σημαντικό ρόλο το γεγονός ότι έχουμε ένα πολύ δυνατό in house production team. Όλοι μαζί δουλεύουμε με πάθος και όραμα, για να σχεδιάσουμε unique events.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
FYE – FOR YOUR EVENT

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Κλεομένους 23-25, 10676, Κολωνάκι

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
211 8004080

E-MAIL
info@fyevent.gr

WEBSITE
www.fyevent.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Θωμάς Πολίτης, CEO & Founder



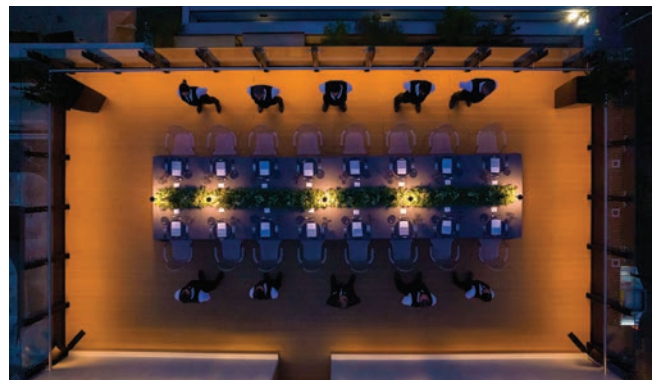
ANOC AWARDS 2021



CORPORATE EVENT OF HOC



CORPORATE GALA DINNER



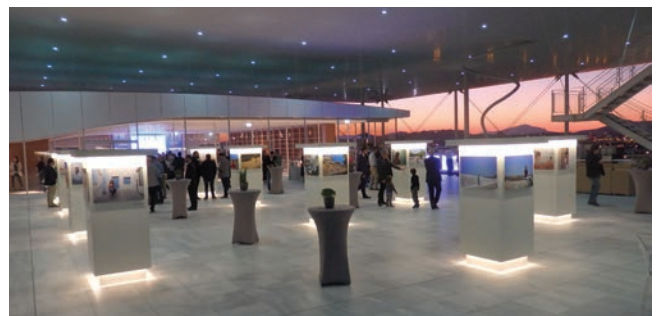
VIP CORPORATE DINNER



ECONOMIC FORUM



EOC 50th ANNIVERSARY



PHOTOGRAPHIC EXHIBITION



ΟΝΟΜΑ
AMUSE

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Χρήστου Λαδά 1,
15233, Χαλάνδρι

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 6444751

E-MAIL
info@amuse.gr

WEBSITE
www.amuse.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Βασίλης Μεντζελόπουλος,
Managing Director



E Y Z H N
We Make Things Happen

ΟΝΟΜΑ
EY ZHN

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Πιερίας 1Α,
14451, Μεταμόρφωση

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 9944544

E-MAIL
kraniou@eyzhn.com

WEBSITE
www.EYZHN.com

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Χάρης Κρανίου,
Managing Partner

eventplus

ΟΝΟΜΑ
Event Plus A.E.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Πραξιτέλους 50,
17674, Καλλιθέα, Αθήνα

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
211 1820920

EMAIL
e.iliadi@eventplus.gr

WEBSITE
www.eventplus.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Έλια Ηλιάδη,
Sales & Marketing Director



ΟΝΟΜΑ
FYE – FOR YOUR EVENT

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Κλεομένους 23-25,
10676, Κολωνάκι

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
211 8004080

E-MAIL
info@fyevent.gr

WEBSITE
www.fyevent.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Θωμάς Πολίτης,
CEO & Founder



FEEL. THEN THINK.®



www.amuse.gr

your next event awaits here: info@amuse.gr

DIRECTION BUSINESS NETWORK

ΜΙΚΡΑΣ ΑΣΙΑΣ 43, 152 33, ΧΑΛΑΝΔΡΙ, ΤΗΛ.: 210 7712 400, FAX: 210 7785 097, E-MAIL: INFO@DIRECTION.GR, WWW.DIRECTION.GR