

## *intervju*

***Sanja Vukov-Colić, zamenik direktora agencije Spektar putovanja d.o.o.***

Agencija Spektar putovanja posluje od 1989. godine i danas predstavlja vodeću agenciju na polju organizacije kongresa u Hrvatskoj. Dugogodišnje iskustvo i znanja agencije predstavljaju prednost ali agencija prepoznaje neophodnost konstantnog praćenje svetskih trendova i usavršavanje zaposlenih kako bi ostala na samom vrhu.

Ovom prilikom smo imali čast da razgovaramo sa zamenicom direktora agencije Spektar putovanja, g-đom Sanjom Vukov-Colić.

### **1. Današnji trendovi navode na kontinualnu edukaciju i unapređenje kao samih zaposlenih tako i poslovanja firmi. Možete li nam reći na koje sve načine se Vaši zaposleni usavršavaju?**

Kontinuirana edukacija od izuzetne je važnosti za održavanje konkurentnosti i kompeticije na tržištu. Naši se djelatnici od samog početka rada u agenciji usavršavaju u svim područjima naših aktivnosti. Iako zapošljavamo gotovo isključivo djelatnike sa završenim fakultetima, s najmanje dva strana jezika u govoru i pismu, te informatičkim vještinama, nužno je potrebno održavati kontinuitet u edukaciji i usvajanju novih znanja, s obzirom da kongresna industrija neprestano uvodi nove tehnologije koje treba implementirati u proces organizacije događanja.

Upravo smo u tijeku uvođenja Sustava upravljanja kvalitetom prema normi ISO 9001:2008, čija primjena ima svrhu poticanja kvalitetnog poslovanja, održivosti, konkurentnosti te obrane interesa kompanije.

Djelatnici turističke agencije Spektar putovanja kontinuirano prate gotovo sve europske, pa i svjetske skupove i događanja različitih specijalnosti, te se na taj način upoznaju s najnovijim tehnološkim trendovima, koje je potrebno implementirati, ako je to moguće, u vlastitu praksu.

Hrvatski kongresni i incentive ured Hrvatske turističke zajednice, Udruga hrvatskih putničkih agencija, Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, Turistički ured grada Zagreba, vrlo često organiziraju kvalitetne radionice i edukacijske seminare na kojima gostuju eminentni stručnjaci europske i svjetske kongresne industrije, vrsni meeting planeri, koji ne samo da ukazuju na prednosti i nedostatke Hrvatske kao kongresne destinacije, nego prenose svoja iskustva o najnovijim trendovima i prognozama koje treba pratiti i primjenjivati.

## **2. Koje su sve inovacije u organizaciji događaja potrebne kako bi pomerili granice i zadovoljili zahteve klijenata?**

Inovacije koje su važne u našem poslovanju ponajviše se odnose na kvalitetnu informatičku podršku i korištenje svim mogućih resursa koji omogućavaju rješavanje određenih problema u što kraćem vremenu. Tu prvenstveno mislim na izgradnju vlastite baze podataka naših klijenata, on-line servise koje pružamo osobito u organizaciji kongresnog turizma, što je sve zapravo objedinjeno u tzv. „bazu znanja“ naše agencije.

Planeri i organizatori događanja, kao educirani i sofisticirani kupci različitih usluga brojnih dobavljača moraju sve više voditi brigu o specifičnostima lokacija održavanja skupova, kako bi osigurali sve veću nužnost održavanja utjecaja zaštite, novih trendova u F& B uslugama koji nalažu što laganiju, manje kaloričnu hranu, koja će sudionicima pružiti osjećaj snage i budnosti.

Istaknula bih i sve veću potrebu aktivne prisutnosti na socijalnim mrežama, kao što su LinkedIn, Facebook i povezivanje struke preko medijskih kanala, radi razmjene ideja, dobrih i loših iskustava, dobre prakse i ostalih informacija koje bi bile od pomoći svim čimbenicima kongresne industrije.

## **3. Prema Vašem uskustvu i dugogodišnjem poslovanju, koliko praćenje svetskih trendova i unapređenje igra ulogu u zadržavanju klijenata?**

Naša agencija od samog osnutka prati svjetske trendove, ponajviše odlazeći i sudjelujući na velikim međunarodnim sajmovima gdje prezeniramo vlastitu ponudu, ali isto tako se usavršavamo prepoznajući potrebe tržišta, te se pravovremeno i vrlo efikasno prilagođavamo novim izazovima i potrebama. Na takvim događanjima povezujemo se sa srodnim agencijama kako bi u partnerstvu s njima ponudili unaprijeđene usluge našim klijentima. Na taj način uspjeli smo organizirati niz međunarodnih skupova gdje je partnerstvo s međunarodnim agencijama bilo od izuzetne važnosti (dugogodišnja zajednička suradnja u organizaciji znanstvenih skupova medicinske specijalnosti širom Europe s marketinškom kompanijom Publiciscare, Francuska)

Naši partneri, znanstvenici- organizatori događanja, vrlo često sudjeluju u radu međunarodnih skupova širom svijeta i prate sve trendove kongresne industrije. Time nameću nužnost našeg užurbanog prilagođavanja novostima u praćenju novih tehnologija. S druge strane mi, kao planeri događanja moramo voditi brigu da uvođenje novih tehnologija ne ugrozi „budžet“ događanja.

On-line skupovi, streaming, web konferencije sigurno imaju svoje sljedbenike, ali nove tehnologije omogućavaju podršku skupovima i događanjima, ne mogu ih zamjeniti.

Prateći te trendove, upravo smo uveli program koji omogućava svim vlasnicima smartphones-a praćenje svih mogućih informacija i promjena u programu konferencije na kojoj su nazočni.