

Wyjazd integracyjny - przełamać stereotyp

2014-04-15

Wokół tego typu imprez narosło wiele złych skojarzeń. Kluczem do zmiany wizerunku może być edukacja rynku.

Negatywny wizerunek wyjazdów i imprez integracyjnych w polskiej opinii publicznej utrwała się od dłuższego czasu i wbrew temu, w co chcą wierzyć niektórzy, nie jest to jedynie sprawka filmu Przemysława Angermana. Film pod znamienym tytułem "Wyjazd integracyjny", którego premiera odbyła się dwa lata temu, otrzymał fatalne recenzje i nie należy sądzić, aby realnie wpłynął na czyjąkolwiek opinię o branży spotkań.

Istotną kwestią dla sektora incentive jest jednak odpowiedź na pytanie, skąd pomysł na taką produkcję filmową. Inspiracją był najprawdopodobniej funkcjonujący w powszechnej świadomości Polaków wizerunek wyjazdów integracyjnych. O tym, że imprezy tego typu dorobiły się kiepskiej opinii świadczy chociażby fakt, że samego określenia "wyjazd integracyjny" w kręgach branżowych używa się coraz rzadziej.

Niewygodny temat

Otóż przeciętny człowiek kojarzy wyjazd integracyjny z pijaństwem i rozpustą. Prasa od kilku dobrych lat rozpisuje się o skandalicznych realizacjach. Niejedna żona słysząc, że jej mąż wybiera się na taką imprezę, obgryza paznokcie lub stawia ultimatum. Oczywiście należy tutaj wziąć poprawkę na to, że media chętniej piszą o skandalach niż o przykładach książkowych. Nie zmienia to jednak faktu, że wizerunek wyjazdów integracyjnych jest mocno nadszarpnięty.

Znaczna część samego sektora MICE zapytana o wizerunek wyjazdów integracyjnych zaprzecza istnieniu problemu lub nie chce o nim mówić. - Wszyscy wiemy, że dużo złego w postrzeganiu wyjazdów integracyjnych zrobił kiepski film skrytykowany przez całą branżę. Ale wyjazdy motywacyjne to coś zupełnie innego i ich przebieg nie ma nic wspólnego z tą parodią, którą widzieliśmy na ekranie.

Nie zgodzę się z tezą, że programy motywacyjne mają złą opinię - mówi Paulina Kalinowska z Pracowni Przygód. Jednak ci, którzy zauważają problem, jasno wskazują jego przyczynę. Genezy powstania negatywnego stereotypu należy doszukiwać się wszędzie tam, gdzie realizowane są projekty bazujące na głośnej muzyce i dużej ilości alkoholu, bez konkretnego celu i przemyślanego programu. Dopóki tego typu realizacje będą miały miejsce, dopóty wieść o nich będzie szła w świat.

Winą należy tutaj obarczać tak zleceńodawców, którzy nie przywiązują wagi do wartości imprez integracyjnych, jak i agencje, które bezkrytycznie realizują każde życzenie klienta. - Oczywiście, często słyszy się opinie o negatywnych zdarzeniach na tego typu eventach, lecz moim zdaniem wynikają one ze złego przygotowania wyjazdu. Kiepskie realizacje nie powinny jednak decydować o ich ostatecznej ocenie jako narzędzia kształtowania pozytywnych relacji w zespole pracowników.

Szczególnie istotną w tym kontekście jest rola kierownictwa, które nie może pełnić jedynie roli akceptanta budżetu, ale aktywnie uczestniczyć w tworzeniu wspólnego programu przynoszącego określone korzyści - twierdzi Czesław Grochulski, prezes zarządu ENKEV Polska S.A., firmy nagrodzonej w plebiscywie Pracodawca Roku 2012, która

rocznie organizuje różnego rodzaju imprezy integracyjne dla swoich pracowników

Przeczytaj cały artykuł na www.micepoland.pl