

(Nie)rzetelne portfolio - problem branży MICE

2014-10-02

Lista klientów i realizacji umieszczana na stronach agencji to często jedynie chwyt marketingowy, a nie gwarancja profesjonalizmu. Strony internetowe agencji świadczących usługi MICE często pękają w szwach od listy klientów, którzy zaufali firmie i imprez, które dla tych klientów zostały zrealizowane. Jednak okazuje się, że często informacje zawarte w zakładce "Portfolio" są nieprawdziwe.

Doświadczenie kontra naginanie faktów

Jednym z powszechniejszych problemów dotyczących tematu rzetelności portfolio jest podawanie niepełnych informacji, lub jak zwykli to nazywać niektórzy "naginanie faktów". Często bowiem zdarza się, że nowa agencja, która istnieje na rynku od kilku, czy kilkunastu tygodni, chwali się już imponującym gronem klientów i dużą ilością przygotowanych dla nich realizacji. Okazuje się jednak, że w portfolio jej właściciele wpisują wydarzenia, które współorganizowali jako pracownicy innej agencji, z którą rozstali się przechodząc "na swoje".

Absolutnie uważam to za nieuczciwe i nieuprawnione działanie. Osoba zatrudniona w danej firmie pracuje na markę i portfolio tej firmy - swojego pracodawcy, i za to dostaje wynagrodzenie. Nie oznacza to jednak, że klient, którego obsługuje dany pracownik agencji staje się automatycznie klientem tej osoby. Czym innym jest prezentowanie bogatego doświadczenia osoby zakładającej nową agencję, a czym innym jest nieuczciwe prezentowanie portfolio nowo powstałej firmy. Osobiście kiedyś też odchodziłem z firmy, o podobnym lecz nieco innym profilu niż moja obecna i nigdy nie zdarzyło mi się przedstawić klientów tamtej firmy jako swoich. W budowaniu wizerunku i wiarygodności swojej marki wykorzystywałem argument swojego doświadczenia i znajomości tematu, oraz zaangażowania i profesjonalizmu, a nie marki mojego byłego pracodawcy - mówi Maciej Fornal, prezes Forsail.

Przeczytaj cały artykuł