

El 5º World ATM Congress fusiona exposición y formación (con éxito)

El gran congreso del transporte aéreo se queda en Madrid hasta el 2022



Sociedad	Americana: ATCA "Air Traffic Control Association" Europea: CANSO "Civil Air Navigation Services Organisation"
OPC	Conference Studio
Fechas	7, 8 y 9 de marzo 2017
Tamaño	5.000 pax
Espacios de Ifema	Centro de Convenciones Norte + Pabellones 7 y 9

El pasado 7, 8 y 9 de marzo tuvo lugar en IFEMA el congreso World ATM, organizado como en sus previas ediciones por el equipo de Conference Studio. Una 5ª edición en la cual destacan unas mejoras a nivel técnico pero también un evento donde la parte relacional, la fusión de formación y exposición son claves para crear cada vez más “engagement”. Resultado: un éxito rotundo y una evidente satisfacción de la asociación, que ha decidido prolongar su contrato anual en Madrid y con Conference Studio hasta el 2022. Vemos las claves de este congreso.

Un congreso que mejora cada edición. Las cifras hablan: el congreso llegó a Madrid en 2013 con 5.000 personas, y en 2017 ya ha alcanzado la cifra de 7.600 personas, un aumento considerable para ser el quinto año, comparado con los 7.000 de la edición pasada. Según Smara Iglesia, responsable de Conference Studio, “cuando conoces un congreso desde su nacimiento, sus problemas, estás más capacitado de mejorar en cada edición. Es un congreso de networking, con un ambiente muy festivo, y tienes que ofrecer un servicio muy bueno para que todo el mundo esté contento”.

El imprescindible wifi. Cabe destacar de esta 5ª edición un cambio de organización de IFEMA para asegurar una buena cobertura wifi y un servicio técnico absolutamente impecable: durante el ATM crearon un equipo importante especializado en wifi al servicio del cliente. “Contábamos con cinco técnicos de IFEMA durante el congreso, con una cobertura increíble; cada vez que un stand tenía un problema, estaban ahí. Además instalaron una oficina temporal junto a nuestra secretaría técnica y se podían localizar fácilmente en cualquier momento”, nos detalla Smara.

UN BUEN SERVICIO WIFI ES ABSOLUTAMENTE IMPRESCINDIBLE ANTE LA DEMANDA DE CONGRESOS CON UNA EJECUCIÓN MUY TECNOLÓGICA

El refuerzo del equipo eléctrico. Más allá del wifi, la electricidad es otro punto de riesgo o de urgencias en congresos. Para asegurar un servicio impecable, IFEMA también triplicó los servicios del equipo eléctrico durante el congreso, asegurando que no hubiera ningún problema. Reforzó el sistema de incidencias, supervisó que todas las certificaciones estuvieran en regla, reforzó el personal cualificado, etc. “Es un congreso con muchas pantallas y tecnología; si te falla el wifi o la electricidad, tienes un problema grave. No olvidemos que en el congreso se firman acuerdos y se hacen negocios de millones de dólares” nos confiesa Smara.

Madrid, destino y elemento clave para ganar el congreso. Según Smara, Madrid es un destino que “engancha al visitante”, una ventaja para conseguir un congreso de gran prestigio. El apoyo del Convention Bureau fue clave en este proceso; demostraron que Madrid y las instalaciones de IFEMA eran la mejor opción para el congreso.

CAMBIAMOS LOS ESPACIOS Y LA ESTRUCTURA TRADICIONAL DE LOS CONGRESOS: UNIFICAMOS EL CONGRESO CON LA FERIA

El impacto en el visitante. ¿Cómo conseguir una experiencia completa, y fomentar el sagrado networking? La clave fue unificar el congreso y la feria que tradicionalmente estaban más separados, con la intención de dar vida y maximizar tráfico en la zona expositora. Para ello, diseñaron teatros abiertos, jornadas de formación en la misma zona de exposición. Era tan importante facilitar las sesiones de formación y comunicación que improvisaron un popup theatre, al ver un día que había demanda de más sesiones para el día después: “en una plaza destinada para el lunch improvisamos una ponencia; reorganizamos el mobiliario, montamos la señalética, durante el mismo congreso,” nos comenta Smara. Un aspecto que justifica esta importancia es el carácter técnico de esta industria, y el interés para los expositores de demostrar sus conocimientos, su valor añadido. De hecho, además de los mini teatros que la organización monta en la zona de exposición, muchos expositores montan sus propios espacios formativos. ¡El contenido es el rey!

Congreso abierto. A nivel de sonido, el teatro principal (Delegate Theatre) contaba con un sistema con cortinas insonorizadas, mientras los espacios en el mismo show floor utilizaban un sistema de sonido que concentraba el sonido hacia el público, para limitar la polución sonora del resto del evento. “Es fundamental para crear un congreso interactivo, donde la gente puede hacer de todo y la asistencia en los teatros aumenta, esto motiva a que los stands quieran mejorar en estética, y esto repercute en la imagen del hall, imprescindible para captar la atención de los congresistas” nos comenta Smara.

INFORMAR A LOS CONGRESISTAS A TRAVÉS DE UN MEDIO IMPRESO "DAILY" FUNCIONA A VECES MEJOR QUE EL DIGITAL

Show daily para informar del congreso. El papel no ha muerto: los asistentes prefieren leer las noticias del congreso a través de un daily impreso. “Preparamos el día de antes todo lo ocurrido durante el congreso para repartirlo a primera hora, incluso si observamos falta de asistencia en alguna área expositora lo mencionamos para motivar y redirigir el tráfico” nos comenta Smara.

La autenticidad local. Hacer negocios, pasarlo bien y fomentar el networking a través de experiencias locales. El reto era romper la barrera del formalismo y humanizar un congreso muy tecnológico, trasladar la gastronomía española y actividades locales. “Trajimos gigantes y cabezudos disfrazados con chirimías, tambores, ¡fue un éxito! Una manera de impactar y sorprender en un congreso tecnológico y científico” según Smara.



El trato personal. El trato personalizado durante los congresos sigue siendo un reto. Conference Studio quería cambiar el concepto tradicional de azafata por un personal que más allá de orientar y sonreír, llega al asistente con más cercanía, interactuando con ellos, comprometiéndose desde su llegada con una actitud proactiva. Incluso cambiamos el uniforme tradicional de azafata por un atuendo más corporativo e informal. El tema idiomas es importante en congresos internacionales. “Hacer sentir al congresista como en casa; explicarle la app del congreso o los horarios de las sesiones en su idioma es un punto a nuestro favor”. Otra de las novedades fue recibir a los asistentes en la entrada con un café, el daily del congreso y una sonrisa, una manera distinta de comenzar la jornada con una actitud más positiva.