

Artykuł pochodzi z publikacji: *Innowacje w przemyśle spotkań*,
(Red.) A. Grzegorzcyk, J. Majewski, S. Wróblewski,
Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2014

Toolbox – innowacyjne podejście do projektowania spotkań

Maarten Vanneste

Meeting Design Institute, Belgia

Maarten.vanneste@meetingsupport.org

Tłumaczenie: Dominika Fudala

Meeting Design Institute

dominika.fudala@meetingsupport.org

Abstrakt

Artykuł stanowi wprowadzenie do konceptu „Architektura Spotkań IDEA” porządkującego strukturę procesu planowania spotkań. Projektowanie spotkań jest innowacyjnym podejściem do zarządzania konferencjami i eventami biznesowymi, które eksponuje znacznie ustalenia celów spotkania przed rozpoczęciem tworzenia planu. Faza projektowania jest bardzo rozbudowana i wykorzystuje narzędzia i techniki z różnych branż i dziedzin wiedzy. W artykule przedstawiony zostanie nowatorski przegląd grup narzędzi, które mogą być wykorzystywane do projektowania spotkania. Narzędzia zostały podzielone na pięć grup pod akronimem CHATTY. Artykuł prezentuje poszczególne kategorie narzędzi w każdej z pięciu grup: merytorycznych, ludzkich, artystycznych, technicznych i technologicznych. Znajomość narzędzi jest istotna do efektywnego projektowania spotkań – im więcej narzędzi posiadamy w swojej skrzynce narzędziowej, tym większe prawdopodobieństwo, że zastosujemy właściwe narzędzia dobrane do poszczególnych celów spotkania. Toolbox do projektowania spotkania

pomaga ustrukturyzować proces projektowania spotkania – zapewniając, że żadne z ważnych jego aspektów nie zostanie pominięte.

Słowa kluczowe: Proces Architektury Spotkań, Architektura Spotkań, Architekt Spotkań, projektowanie spotkań, Toolbox do projektowania spotkań, narzędzia CHATTY

Abstract – Toolbox for meeting design – Innovative approach

This article introduces the concept of the Meeting Architecture Process – IDEA – which helps to design meetings in more effective ways. Meeting Architecture Process is an innovative approach to plan a conference and business events which starts with identifying meeting objectives (I from IDEA) for each particular target group. The second phase – meeting design (D from IDEA) is very broad and makes use of several tools and techniques coming from different industries and fields of knowledge. All meeting design tools are categorized into five groups summarized in the CHATTY acronym from the first letters of each category: Conceptual, Human, Art, Technical and TechnologY. This article presents each group of tools and provides some examples. Knowing what is available on the market is crucial to design effective meetings – the more tools we have in our toolbox, the more likely we are going to choose the right tool for a particular meeting. Toolbox for meeting design helps you to structure the process of meeting design – making sure that any of the important parts will not be omitted.

Keywords: Meeting Architecture Process, Meeting Architecture, Meeting Architect, meeting design, Toolbox for meeting design, CHATTY tools.

1. Wprowadzenie do Procedury Architektury Spotkań

Architektura Spotkań to dyscyplina zajmująca się strategicznym projektowaniem spotkań, której celem jest osiągnięcie udoskonalanego i możliwego do zmierzenia wpływu na ich uczestników. Jest to definicja jednozdaniowa, skrótowa. Rozwijając ją głębiej, można przyjąć, że

Architektura Spotkań to czterofazowy proces, który – od pierwszych liter każdej fazy – opisywany jest akronimem IDEA.

I jak Identifying: identyfikacji celów spotkania, które powinny być SMART: proste, mierzalne, osiągalne, istotne oraz określone w czasie (ang. *specific, measurable, attainable, relevant* oraz *time-bound*). W tej fazie następuje przetłumaczenie celów z poziomu uczenia się do poziomu aplikacji (więcej informacji na ten temat znajduje się w metodologii ROI) oraz zapisanie ich. Należy zwrócić uwagę na trzy kategorie celów: motywacji, networkingu oraz uczenia się.

D jak Designing: zaprojektowanie spotkania, bazując na najważniejszych celach przy użyciu wszystkich możliwych, dostępnych, znanych i nowych narzędzi i technik. Przykłady różnego rodzaju narzędzi znajdują się w „skrzynce z narzędziami” planisty spotkań. Dzielimy je na pięć kategorii określanych akronimem CHATTY, od pierwszych liter każdej z kategorii: merytoryczne, ludzkie, artystyczne, techniczne i technologiczne (ang. *Conceptual, Human, Art, Technical* oraz *Technology*). Wymienione kategorie narzędzi zostaną bliżej przedstawione w dalszej części artykułu. W tej fazie ważny jest również aspekt czasowy – przy projektowaniu spotkania należy przeanalizować narzędzia, którymi będziemy się posługiwać przed spotkaniem, podczas spotkania i po nim (*before, during, after*).

E jak Execution: realizacja spotkania na podstawie przygotowanego projektu. Ta faza rozpoczyna się w momencie, kiedy budżet zaczyna odgrywać rolę, spotkanie staje się coraz bardziej realne oraz cały zespół zaczyna współpracować z dostawcami. W zależności od wielkości spotkania rola architekta może się różnić: od produkcji do przyjmowania roli facilitatora w mniejszych projektach aż do przyjęcia roli nadzorującego w projektach większych.

A jak Assessing: oceny rezultatów oraz mierzenie efektywności spotkania, spoglądając wstecz na początkowo wyznaczone cele i analizując, w jakim stopniu nasze spotkanie dostarczyło odpowiedzi na wcześniej zdefiniowane pytania.



Czterofazowy Proces Architektury Spotkań (MAP – Meeting Architecture Process) jest cykliczny, ponieważ, gdy rezultaty ostatniego spotkania są już określone, można z powrotem przejść do pierwszej fazy i na nowo zdefiniować cele. Ponadto

pod koniec projektu sugerowane jest odwołanie się do drugiej fazy, tak aby doszlifować projekt i konsekwentnie osiągnąć jeszcze lepsze rezultaty przy następnym spotkaniu. Jest to proces cykliczny także z tego względu, że większość spotkań czy eventów ma charakter roczny, co daje możliwość ciągłego ulepszania projektów; a ponadto w sytuacji, gdy zidentyfikujemy cele, możemy ustalić w jaki sposób będziemy je mierzyć.

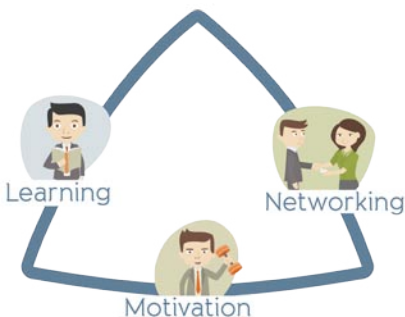
Przedmiotem tego artykułu jest innowacyjne podejście do projektowania spotkań, stąd główne ramy tego zagadnienia wyznaczają dwie pierwsze fazy procesu IDEA. Więcej informacji na temat pozostałych faz procesu można znaleźć w książce „Meeting Architecture, a Manifesto”, dostępnej na stronie: www.meetingsupport.org/bookstore

2. Identyfikacja celów

Wszystko rozpoczyna się od identyfikacji celów spotkania. W jakim celu organizujemy to spotkanie, konferencję czy event? W jaki sposób to spotkanie wygeneruje wartość przewyższającą koszt jego organizacji? Określając cele, warto przyjąć pewne założenia bazowe: należy skupić się jedynie na kilku celach, mimo iż możemy znaleźć ich tysiące; idealny projekt spotkania nie istnieje; budżet ma zawsze swoje ograniczenia; to, co zaprojektujemy musi być wykonalne.

Po pierwsze należy zidentyfikować kim są uczestnicy konferencji i spróbować dokonać ich klasyfikacji w grupy. Zdarza się, że reprezentują oni jedną spójną grupę, znacznie częściej jednak można zidentyfikować kilka grup o różnym rozmiarze i znaczeniu dla właściciela spotkania (*meeting owner*) – osoby decydującej o organizacji i budżecie spotkania.

Następnie należy zidentyfikować cele dla każdej z tych grup. Można przyjąć dwie różne perspektywy podczas wyznaczania celów: perspektywa właściciela spotkania (w otoczeniu korporacyjnym) oraz uczestników (w stowarzyszeniu). Istnieje kilka obszarów aktywności, na które osoby planujące spotkanie (*meeting planners*) mogą mieć wpływ, kilka grup celów, które



mogą mieć znaczenie w różnych momentach, które możliwe są do osiągnięcia przy użyciu różnych narzędzi i technik. Te obszary stanowią tzw. trylogię projektowania spotkania (*trylogy of meeting design*) – uczenie się, networking oraz motywacja.

Proces **uczenia się** może przebiegać w trzech kierunkach:

- od mówcy/eksperta do słuchacza/uczestnika (proces odgórny),
- między uczestnikami spotkania (horyzontalny),
- to, czego organizacja/eksperti uczą się od uczestników (odolny).

Networking polega na nawiązywaniu kontaktów i tworzeniu sieci połączeń między uczestnikami spotkania.

Cel motywujący polega na zaangażowaniu uczestników w sposób, który daje im satysfakcję, poczucie dumy, szacunku i zmotywowania do działania po konferencji. Są to fundamenty (zobacz poziom pierwszy piramidy ROI), na których budujemy wszystkie pozostałe elementy konferencji.

Zarówno w analizie uczestników, jak i w procesie identyfikacji celów, jest wiele kwestii do uwzględnienia. Mimo iż można zidentyfikować wiele celów konferencji, kluczowym staje się zidentyfikowanie głównych grup uczestników, jak i poszczególnych celów dla każdej z nich. Osiągnięcie kilkudziesięciu celów dla każdej z wielu różnych grup uczestników nie jest możliwe.

3. Projektowanie spotkania

Gdy wyodrębnione zostały już cele, następnym krokiem jest zaprojektowanie spotkania. Jest to kreatywna część w tworzeniu programu, stąd lepiej upewnić się, że projektowanie rozpoczyna się po wykonaniu etapu dotyczącego ustalenia celów. Architektura Spotkań zakłada projektowanie z możliwie najszerzej perspektywy.

Fazę projektowania rozpoczyna się od działań wspierających cele przed rozpoczęciem spotkania oraz kontynuuje się osiąganie wyznaczonych celów po zakończeniu spotkania.

Gdy architekt projektuje dom, jest on świadomy różnic w materiałach i narzędziach, których użyje do jego zbudowania. Jeśli architekt



nie wie o istnieniu szkła, prawdopodobnie zaprojektuje dom bez okien. Ta metafora jest adekwatna dla architektury spotkań. Jeśli organizator spotkania nie wie, co to format spotkania otwartego (*open space*), poważna gra Lego (*Lego serious play*), mobilne aplikacje, liczniki czasu dla prezenterów (*speaker timers*), technologie współtworzenia (*co-creation technology*) – najprawdopodobniej nie zastosuje żadnego z nich przy projektowaniu najbliższego spotkania. Znajomość dostępnych narzędzi i technik jest niezwykle istotna, stąd w tym artykule przyjrzymy się bliżej poszczególnym rodzajom narzędzi znajdujących się w „skrzynce narzędziowej” (*toolbox*) architektów spotkań.

Jak już wcześniej zostało nadmienione, w architekturze spotkań przyjmuje się istnienie pięciu głównych kategorii narzędzi, które znajdują się w skrzynce narzędziowej określonych akronimem CHATTY. Skrót ten jest wyłącznie ułatwieniem, które ma za zadanie stymulować kreatywne myślenie podczas procesu projektowania spotkania. Wyznacza on ramy dla burzy mózgów, nakreśla ramy możliwości kreatywnego projektu spotkania.



4. Narzędzia to nie po prostu narzędzia

Używając określenia „narzędzia” autor ma na myśli nie tylko przedmioty materialne. Mogą to być też koncepcje, techniki, różnego rodzaju wyposażenie i sprzęty, także wielkość czcionki i kolorystyka, czy też wszelakiego rodzaju technologie. Specjaliści, którzy są zatrudnieni do pracy nad spotkaniem są również w tym rozumieniu traktowani, jako narzędzia w skrzynce narzędziowej architekta spotkań.

Narzędzia CHATTY

Skrót CHATTY pomaga zapamiętać pięć kategorii narzędzi, które zawsze powinniśmy rozważyć przy procesie projektowania spotkania. Przeanalizowanie wszystkich pięciu kategorii jest istotne, gdyż nie ma żadnego algorytmu, który określa, w jaki sposób należy wybrać najbardziej efektywne narzędzia do osiągnięcia celów danego spotkania. Ważne jest również, iż każde narzędzie, technika czy koncept może wpasować się w jedną lub więcej z pięciu kategorii. Za powyższymi stwierdzeniami nie stoją wielkie teorie naukowe, ale doświadczenie praktyczne, potwierdzające, iż ta prosta metoda znacznie ułatwia ustrukturyzować kreatywne procesy tworzenia konferencji.



Pięć kategorii narzędzi CHATTY znajdujących się w skrzynce narzędziowej:

C – koncepcyjne (Conceptual)



H – ludzkie (Human)



A – artystyczne (Art)



T – techniczne (Technical)



TY – technologiczne (TechnologY)



Narzędzia koncepcyjne

Te narzędzia koncentrują się na formie i formacie spotkania. Jak długi jest program, ile czasu uczestnicy spędzą w sali konferencyjnej a ile na zewnątrz? Jak długie są sesje i prezentacje, ile czasu powinniśmy przeznaczyć na dyskusje między uczestnikami spotkania? Otwarta przestrzeń? Otwarta debata czy forum? Uczestnicy losowo wymieszani czy pogrupowani? Są to przykłady narzędzi, o których użyciu należy zdecydować na podstawie wyznaczonych celów. Miejsce spotkania gra oczywiście znacząca rolę – jest ważnym generatorem wartości dodanej, rozmiarów, rozplanowania, odległości pomiędzy salami konferencyjnymi etc.

Całościowy koncept spotkania czy konferencji jest istotny, choć prawdopodobnie możemy osiągnąć większy wpływ na całościowy kształt spotkania poprzez projektowanie pojedynczych sesji. Dla konceptu konferencji, takie jej aspekty, jak miejsce, data czy program są kluczowe, stąd też trzeba przyjrzeć się im bardzo uważnie. Z drugiej strony, konferencja jest tworzona zwykle z sesji edukacyjnych: 90. lub 45-minutowych. W zależności od postawionego celu, dana sesja może być bardzo różnie zaprojektowana.

Szeroki koncept projektu spotkania należy tu zawęzić do formatu sesji (*session format*). Publikacje traktujące o formatach spotkań przedstawiają wiele już zaprojektowanych i uprzednio opracowanych formatów sesji. Możemy wprowadzić kilka małych zmian do owych formatów lub – gdy istnieje potrzeba – stworzyć własny format, dopasowany do wymogów spotkania. Zaczynając z pustą kartką papieru, dobrze jest

mieć komponenty koncepcji przed oczami. Jeśli spojrzymy na to jeszcze głębiej, powinniśmy stwierdzić, że konferencja została stworzona z poszczególnych sesji, każda sesja z prezentacji i tak dalej. Dlatego też formaty prezentacji to mniejsze komponenty formatu sesji.

W momencie rozpoczęcia projektowania formatu sesji, dostępna jest jedynie ograniczona liczba komponentów (*building blocks*). Znajomość wszystkich komponentów na pamięć czyni nas sprawniejszymi projektantami sesji.

ATOMIC SPACE to kolejny akronim pozwalający zebrać komponenty formatu sesji. Podczas konferencji FRESH w 2013 roku w Kopenhadze około 150 uczestników współtworzyło specjalną sesję, podczas której zebrano 128 elementów składowych sesji skategoryzowanych w poniższy sposób.

A – uczestnicy (*Attendees*): wielkość grupy, podział, mieszanie vs. porządkowanie;

TTT – narzędzia, czas, techniki (*Tools, Time, Techniques*): CHATTY narzędzia, burza mózgów, pair-share, pytania i odpowiedzi, scenariusz, długość przerwy i sesji;

O – cele (*Objectives*): uczenie się, networking, motywacja;

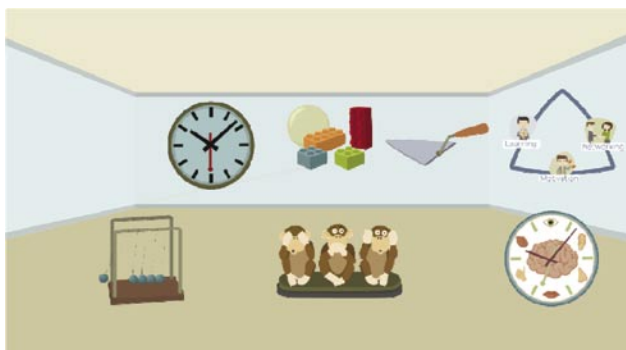
M – ruch (*Movement*): aktywność fizyczna, przemieszanie się, ruch, spacer, zmiana miejsca siedzenia, stania;

I – interakcja (*Interaction*): kierunek komunikacji, kierunek procesu, ścieżka;

C – zmiana (*Change*): wariacje wszystkich powyższych części w danym odcinku czasowym;

SPACE – przestrzeń spotkania: wielkość pokoju, układ pokoju, temperatura, wilgotność powietrza.

Czy rozpoznajesz wszystkie te komponenty na poniższym rysunku?



Narzędzia ludzkie

Facylitatorzy, moderatorzy, aktorzy, reporterzy, specjaliści od mediów społecznościowych i tym podobni są ludzkimi „narzędziami” w naszej skrzynce narzędziowej, gdyż pomagają nam oni osiągnąć wyznaczone cele dla uczestników spotkania.

Akronim ABCDEF pomaga zapamiętać wszystkie kategorie spośród „ludzkich narzędzi”:

A – architekt (*architect*): architekt spotkania, projektant spotkania;

B – budowląnczy, wsparcie techniczne (*builders*): specjaliści zaangażowani w budowę sceny, produkcje audiowizualne, elektryczność, montaż dekoracji etc.;

C – komunikatorzy (*communicator*): projektanci programów edukacyjnych, specjaliści w zakresie danego tematu, copywriterzy, prezentatorzy etc.;

D – projektanci (*designer*): kreatywny zespół, który projektuje scenę, logotyp, prezentacje, ilustracje, produkcje, całościowy przebieg spotkania (*meeting flow*);

E – osoby prowadzące program artystyczny (*entertainer*): twórcy programu rozrywkowego, najlepiej połączonego z edukacją (*edutainer*), magicy, aktorzy, muzycy, akrobaci, żonglerzy;

F – facylitatorzy, moderatorzy (*facilitators, moderators*): specjaliści, którzy ułatwiają proces komunikacji między uczestnikami, prowadzą spotkanie.



Narzędzia artystyczne

Narzędzia artystyczne mogą być postrzegane dwojako: dosłownie jako tworzenie sztuki przez artystów oraz przenośnie jako np. wycucie barw, wszystkie elementy wizualne spotkania, marka, wystrój, styl, ogólne wrażenie, tworzenie muzyki, piosenki.

Element wspólny narzędzi artystycznych i branży hotelarskiej to catering. Mimo iż catering to nie sztuka wysoka, należy zwrócić uwagę, że jedzenie ma prawie automatyczny wpływ na zdolność uczenia się podczas konferencji. Stąd idea „jedzenia dla mózgu” (*brain food*), zalecanego podczas spotkań.



Dla artystycznych narzędzi można się posłużyć akronimem PASS TV, który nawiązuje do słowa „to pass” (zdać egzamin) z reżyserii telewizyjnej, czyli znajomości wszystkich elementów składających się na produkcję sztuki, a w naszym wypadku – spotkania.

P – wykonywanie sztuki (*performing arts*): działanie, odgrywanie ról, prezentacje, key-notes, grupowe malowanie;

A – audiowizualna produkcja (*audio-visual*): produkcja video i muzyki, pokazy świetlne;

S – inscenizacja (*staging*): tworzenie pokazów, doświadczenia;

S – tworzenie dramaturgii (*story making*): projektowanie całościowego przebiegu spotkania, pisanie skryptu, planowanie procesu przekazywania treści;

T – tekst (*text*): pisanie wystąpień, komunikatów;

V – sprawy wizualne (*visual*): look and feel, logotyp, projekty graficzne.

Narzędzia techniczne

Narzędzia techniczne to elementy fizyczne, których można dotknąć i które nie wynikają z pracy komputerów (np. nie stanowią wyjścia lub wejścia na ekran). Narzędzia techniczne to po prostu takie przedmioty jak meble, które zwykle mają silny wpływ na warunki konferencji, ale także budowa sceny i otoczenia, urządzenia dźwiękowe i oświetlenie.



Akronim, która pozwala zapamiętać elementy składowe narzędzi technicznych to SWITCH Equipment.

S – ustawienie (*set*): ustawienie, scena, wystrój, ściany, zasłony;

W – materiał pracy (*work material*): materiał do pisania, flip-chart, papier i długopisy, karteczki post-it, karty;

I – instrumenty (*instruments*): materiały demo, narzędzia, materiały szkoleniowe;

T – stoły (*tables*): stoły, krzesła, zestawy, pufy, krzesła barowe;

C – kostiumy (*costumes*): rekwizyty teatralne, instrumenty muzyczne;

H – „podręczne słodcze” (*handy candy*): klocki lego, zabawki, gry;

E – sprzęt (*equipment*): nagłośnienie audio-wizualne, projekcja, video.

Narzędzia technologiczne

Istnieje wiele rozwiązań technologicznych, które mogą mieć zastosowanie dla branży spotkań. Jednym przykładem mogą być moduły wbudowane w oprogramowania do zarządzania spotkaniami, które pozwalają uczestnikom współtworzyć program spotkania albo pozwalają poszczególnym uczestnikom zdecydować, obok którego z prezynterów usiądą przy stole podczas kolacji.



Narzędzia technologiczne to także urządzenia pozwalające na praktyczną aktywność uczestników (*hands-on*), takie jak system głosujący, urządzenia do networkingu albo kieszonkowe urządzenia wykonane na konkretne zamówienie, czy bardzo popularne mobilne aplikacje, których można używać na prywatnych smartfonach czy iPach uczestników.

Akronim, który pozwala zapamiętać poszczególne elementy narzędzi technologicznych to APP STORM:

A – aplikacje mobilne (*apps*): liczniki czasu dla prezynterów, aplikacje do współtworzenia – burza mózgów, rejestracji uczestników;

P – oprogramowania do tworzenia prezentacji (*presentation technology*): Prezi, PowerPoint, Keynote, Watchout, dystrybucja prezentacji;

P – oprogramowania planistyczne (*planning software*): zarządzanie spotkaniem, rejestracja, spotkania, ułożenie siedzeń, networkingu;

S – inne oprogramowania (*software*): chmura słów, programy współtworzące dla uczestników

S – Media społecznościowe (*social media*): Facebook, Twitter, LinkedIn, Flickr, YouTube;

T – urządzenia, narzędzia (*tools*): komputery, urządzenie mobilne, skanery, RFID, dedykowane urządzenia;

O – online: internet, webcasting;

R – nagrywanie (*recording*); nagrywanie online, VOD;

M – mobilne aplikacje eventowe (*mobile event app*): dla kalendarza, programu, planu, listy uczestników.

5. Wkładając narzędzia do skrzynek...

Zakwalifikowanie konkretnych narzędzi do poszczególnych kategorii nie zawsze jest łatwe, bo sprawy nie są „albo białe albo czarne”. Zaproponowane kategorie mają pomóc w generowaniu nowych pomysłów przy projektowaniu spotkań oraz upewnić, że żadna z możliwości nie została wykluczona bez poddania jej wcześniejszej dyskusji.

Dla przykładu, fotograf konferencyjny: w której kategorii narzędzi się mieści? Fotograf jest przykładem „ludzkich narzędzi”, fotografia to sztuka, druk jest bardziej narzędziem technicznym, a album online – technologicznym. Stąd realne sytuacje bywają bardziej skomplikowane niż prosty podział na CHATTY, jednak podział ten niewątpliwie może być pomocny w pracy projektantów.

6. Zastosowanie versus narzędzie

Jakie są funkcje narzędzi w stosunku do ich zastosowania? Przeanalizujmy dla przykładu wspomnianego fotografa. Przyjmijmy, że jest to narzędzie ludzkie, ale to jedno narzędzie ma wiele zastosowań:

1. Dobre zdjęcia z konferencji to oczywistość i absolutne minimum. Ale dokumentację zdjęciową można wzbogacić zdjęciami portretowymi wszystkich uczestników albo stworzyć album z fotografiami poszczególnych uczestników podczas konferencji.
2. Kolejnym pomysłem może być zrobienie zdjęcia pamiątkowego uczestnikom przed banerem konferencyjnym i wysłanie go potem pocztą po konferencji.
3. Dokonanie selekcji ekskluzywnych zdjęć do prasy.
4. Zrobienie zdjęć portretowych wszystkim prezenterom dla celów promocji przy następnej konferencji.
5. Wydawanie codziennej gazetki z kolażem zdjęć z konferencji czy targów.
6. Certyfikaty uczestnictwa z portretowym zdjęciem uczestnika
7. Oznaczenie zdjęć online z przyciskami „lubię” i „podziel się” na Twitterze, Facebooku i innych mediach społecznościowych.

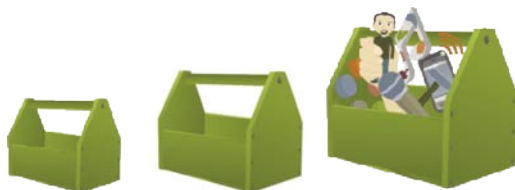
Tak samo można przeanalizować zastosowanie narzędzi do głosowania czy aplikacji mobilnych.

7. Rozmiar ma znaczenie

Rozmiar skrzynki narzędziowej architekta spotkań ma znaczenie. Im większy, tym łatwiej jest mu stworzyć odpowiedni projekt dla danego celu, znaleźć odpowiednie narzędzie albo technikę wspierającą cele. Wymaga to ciągłego zaangażowania, wyszukiwanie i poznawanie najnowszych narzędzi to niekończące się zadanie.

Każdego dnia powstają nowe narzędzia, które mogą znaleźć zastosowanie w branży spotkań. Nie można oczekiwać, że jedna osoba będzie znać WSZYSTKIE dostępne narzędzia. Na rynku musi być dostępnych parę tysięcy różnych narzędzi i usług, spośród których większość z nas zna tylko ich mały procent. Wiele z tych narzędzi wprowadzonych jest jedynie na małą skalę lub wiedzie krótki żywot na lokalnym rynku. Narzędzia, które architekt ma na dziś w swej skrzynce, nie powinny ograniczać jego horyzontu. Przy dobrze dobranym zespole projektowym i przy pewnych zasobach, każdy jest w stanie dołączyć kolejne narzędzie ze stale rosnącej ich liczby.

Jak powiększyć toolbox?



Skrzynka narzędziowa wypełniona narzędziami jest niezbędna do stworzenia dobrego projektu spotkania. Skutecznym sposobem na powiększenie toolboxu jest zaproszenie do zespołu projektującego kilku nowych osób: dostawców, ekspertów spoza branży spotkań, konsultantów. Im więcej osób zaangażowanych, tym większa grupowa skrzynka narzędziowa.

8. Źródła narzędzi

Istnieje wiele źródeł, w których można szukać narzędzi do projektowania spotkań. Meeting Design Institute (MDI, Instytut Projektowania

Spotkań) od wielu lat zbiera ciekawe materiały, które zamieszcza w bazie wiedzy (*knowledge base*) http://www.meetingsupport.org/knowledge_base. To bezpłatna baza dostępna na stronie instytutu z inteligentną wyszukiwarką stosującą terminologię zaprezentowaną w artykule.

Selekcja dostępnych narzędzi jest dostępna też w darmowym katalogu „Toolbox for meeting design” <http://www.meetingsupport.org/catalogue>

Dobrym źródłem wiedzy są także międzynarodowe targi dla branży spotkań, takie jak IMEX i IBTM World oraz konferencje branżowych organizacji MDI, MPI, PCMA, ICCA, IACC. Na każdej z nich można wziąć udział w kilku sesjach i demonstracjach narzędzi do projektowania spotkań, a także odwiedzić stoiska ich dostawców. Jest też kilka innych eventów skupiających się na najnowszych technologiach, takie jak: PlannerTech w Nowym Jorku, TechFest w Londynie. Dostępne są też inne źródła internetowe:

- technologia: www.corbinball.com oraz blogi www.eventagist.com lub www.MeetingPool.com,
- mobilne aplikacje: zobacz bibliotekę mobilnych aplikacji www.eventmanagerblog.com,
- wirtualne spotkania: www.virtualedgeinstitute.com,
- Architektura Spotkań: www.meetingarchitecture.org oraz grupa LinkedIn Meeting Architecture.

Wszystkich zainteresowanych projektowaniem spotkań zapraszamy na coroczną konferencję FRESH organizowaną przez Meeting Design Institute www.theFRESHConference.com.

Bibliografia

1. Vanneste M., *Meeting Architecture, a Manifesto*, Meeting Design Institute
2. Vanneste M. (red), *Toolbox for meeting design*, Meeting Design Institute

LinkedIn Meeting Architecture Group

www.corbinball.com

www.eventagist.com

www.eventmanagerblog.com

www.meetingarchitecture.org

www.MeetingPool.com
www.meetingsupport.org/catalogue
www.virtualedgeinstitute.com