

MeetingDesign produkt af tiden

Af Claus Westh

Comwell er en af de konferenceudbydere der om nogen har præget udviklingen indenfor mødeindustrien. MØDERPLUS+ har sat Koncerndirektør Preben Nesager og HR-Chef Lotte Marie Roesgaard stævne. Samtalen drejer sig om innovation i mødeindustrien generelt og i særdeleshed i forbindelse med udviklingen af produktet MeetingDesign. Produktet er rådgivning i mødeprocesser og har i dag 5 år på bagen.

Hvorfor MeetingDesign?

På spørgsmålet om hvorfor Comwell indlod sig på den ide at drive mødeprocesser begrundet Preben Nesager med, at Comwell har et ansvar. "Vi er de største i branchen og branchen selv var gået i stå udviklingsmæssigt. Vi opdagede, at det var et spørgsmål om tid før kunden selv satte fokus på mødeprocessen. Hvis ikke vi gjorde noget, ville vi miste indflydelse på processen og det vil betyde, at vi ville miste kompetencer."

MeetingDesign er til for at inspirere og støtte mødeprocessen. Her er Comwell af den overbevisning, at hvis stedet og opholdet er spændende og man har haft en god proces, er det også lettere at huske mødet. Det er oplevelsen der

fastholder indholdet og øger mødets effektivitet. "Hensigten med MeetingDesign er netop at yde effektivitet, inspiration og fordybelse," fortæller Preben Nesager og uddyber, at det er en stor investering for en kunde at sende 30 mand af sted i 4 dage. "Det koster tabt produktivitet hjemme i virksomheden, løn, transport og prisen for opholdet. Kan Comwell, gennem et pædagogisk værktøj, forkorte det til 3 dage, har vi leveret effektivitet og værdi."

Udviklingsprocessen

Lotte Marie Roesgaard som stod for udviklingen af MeetingDesign beretter: "I udviklingsprocessen af MeetingDesign blev alle konferencekoordinatorer sammenkaldt for at tage del i udviklingen. De havde for det første kontakten til kunden og kunne komme med gode input, samtidig gav involveringen en større accept af ideen. Det var vigtigt med involvering for at få ideen til at fungere i praksis." Processen tog det meste af et år, men som Lotte Marie Roesgaard fortæller, bliver et produkt som MeetingDesign aldrig helt færdigt. Dels fordi samfundet udvikler nye krav og fordi Comwell selv lærer nyt i processen. "Produktet skal hele tiden justeres og det driver Comwell frem i en stadig innovativ proces," fortæller Lotte Marie Roesgaard

For at skabe inspiration har Comwell en lang tradition for at arbejde tæt sammen med kunstnere og man er ikke tilbageholdende overfor skæve og alternative kompetencer blandt medarbejderne. "Der er mange eksempler på ansatte, der har forskellige tilgange til deres job, som er alt andet end opvokset i hotelbranchen. Det skaber et innovativt miljø, hvor virkeligheden opfattes mere nuanceret. Vi er opmærksomme på hinanden og virksomhedens mangfoldighed giver mange brugbare input. Vi anvender også kunstnere ude fra for at give en sjov drejning på tingene. Men ligefrem etablerede innovationsprocesser og metoder har vi ikke," siger Preben Nesager.

En succes?

MeetingDesign har givet Comwell en afgørende konkurrenceparameter ifølge virksomhedens årsberetning. Når der spørges direkte til MeetingDesigns succes, svarer Lotte Marie Roesgaard, at produktets udvikling har været en god øvelse i Comwells fire interne kerneværdier, mod og vilje, tanke og glæde. "Det har styrket internt at implementere produktet, fordi det er så stærkt forankret i virksomhedens identitet. Det betyder også at implementeringen har været helhjertet. Det er afgørende for produktets succes. Navnet er varemærkebeskyttet og med til at brande virksomheden. De fleste i markedet genkender Comwells signatur når MeetingDesign omtales." Lotte Marie Roesgaard forklarer succesens med, at flere og flere kunder vender tilbage og efterspørger produktet på eget initiativ. Efterspørgslen er stigende og det betyder markedsandele.

At Comwell skiller sig ud i forhold til andre, kan ingen være uenig om. Ikke kun ved at gå foran de øvrige konferencehoteller i produktudvikling, men også i holdning til konkurrenterne. Lotte Marie Roesgaard begrundet det med, at man ikke går så meget op i konkurrenternes gøren og laden, men ser mere på hvad der sker i samfundet og med kunderne. Det er forretningsvilkårene 3-4 år frem, der interesserer Preben Nesager og Lotte Marie Roesgaard.

Et andet atypisk træk er, at Comwell gerne deler af sin viden og kompetencer med resten af branchen. "Vi var med til at oprette Meetovation og bidrager stadig til processen med vores viden fra MeetingDesign," fortæller Lotte Marie Roesgaard. Meetovation er dannet på initiativ af VisitDenmark, med det formål at uddanne konferencekoordinatorer i udvikling af bedre mødekoncepter. Comwell deltager ligeledes i udviklingen

af IBC Koldings nye kompetencegivende uddannelser, og de er også at finde i advisory board for den nye masteruddannelse i oplevelsesøkonomi på Copenhagen Business School.

Efter MeetingDesign

Kommer der flere påfund fra Comwell i forlængelse af MeetingDesign? "Ja da!" Svarer Preben Nesager uden at blinke. Med et ryk op af stolen henter han et nyt prospekt for Comwell Borupgaard, alt imens han entusiastisk fortæller udbygninger af Middelfart, Klarskovgård, Roskilde, nyt projekt i Århus havn og Varberg. Prospektet der fremvises er en blanding af små og store møderum, nogle med helt enkle funktioner andre med multifunktioner. Der er til fordybelse og til hektisk aktivitet, endog et udkigstårn, hvor man kun kan skue ud i fremtiden. Et væksthuis.

Spa kommer også på tale. Hvordan det harmonerer med konferencer bliver besvaret med at velvære giver energi og er mange ting. I hold kan man dyrke yoga eller tai chi, individuelt kan man restituere efter en hård konferencedag med massage eller aroma terapi. Det harmonerer fint med at konferencegæster vil koble af og på - veksle lidt og flytte fokus, mener Preben Nesager.

Lotte Marie Roesgaard supplerer med, at Comwell for nylig har lanceret MeetingBox. En værktøjskasse der er nem at bruge i et møde, som en slags hjælp til selvhjælp.

Fremtidens udfordringer

Når man spørger til finanskrisen kommer der dog et alvorligt blik fra Preben Nesager. Planerne med udbygninger er som de er og naturligvis passer Comwell på sine penge, uddyber han. "Men man må ikke gå i stå, det ville ikke være klogt. Til gengæld kan man gøre tingene mere enkle og pragmatiske."

Ifølge Preben Nesager bliver det teknologien der dominerer fremtiden. Det bliver udviklinger i rum, lys, lyd og duft, som kommer til at danne rammerne om fremtidens møder. Det bliver kontrasterne tid, med larmende inspiration, men også krav til fordybelse. Det stiller krav til rummet, siger Preben Nesager, med henvisning til det førnævnte væksthuis. Her supplerer Lotte Marie Roesgaard, at det bliver et brud med de formålsindrettede lokaler som branchen har sværget til siden 1960'erne. Processen er det interessante og det afgørende for kunden. Det er oplevelse på en anden og mere faglig orienteret måde.

Vi er en del af oplevelsen...



- Kongresser/konferencer
- Firma-, turistudflugter
- Erhvervs- & grupperejser
- V.I.P.konferencebusser
- Mini & dobbeltdækker busser

EDELSKOV
en del af oplevelsen



EDELSKOV BUS A/S - 4220 BIRKERØD - YDERHOLMEN 20 - DK-2750 BALLERUP - TLF. +45 70 11 7800 - FAX. +45 70 22 08 11
MAIL: EDELSKOV@EDELSKOV.DK - WWW.EDELSKOV.DK

EDELSKOV BUS A/S KØBENHAVN - EDELSKOV BUS A/S ODENSE - EDELSKOV BUS A/S VEJLE