



## JOINT MEETING INDUSTRY COUNCIL

## CONFERENCIA DE JMIG MARCA NUEVAS DIRECCIONES PARA LA VALORACIÓN DE LAS REUNIONES

**By Leigh Harry – Presidente JMIG**

### ¿Por qué realizaron esta conferencia?

Mucho más que antes, la Industria de Reuniones necesita poner delante un fuerte argumento de por qué se merece el reconocimiento del gobierno y la comunidad para obtener la inversión y una política de apoyo que necesita para prosperar. Sin embargo, el éxito de este argumento depende de tener información buena, creíble y consistente para apoyar su propuesta de valor. El motivo de la conferencia fue examinar el estado de dichas medidas a nivel mundial y alcanzar algunas conclusiones tales como poder hacer un trabajo mejor y más consistente sobre la medición y reporte de nuestro valor.

### ¿Qué espera sacar de esto?

Sacamos tres conclusiones de importancia, primero, una buena idea del tipo de medidas que se están utilizando y cuán efectivas son; segundo, varias recomendaciones específicas de lo que podemos hacer para mejorar las cosas en el futuro y tercero, varios consejos de cómo podemos desarrollar mejor y utilizar las medidas de evaluación para una mejor comunicación. Esto solo fue posible gracias a la participación tan variada que logramos.

### ¿Cómo fue el formato?

La conferencia estuvo dividida en dos grandes sesiones: el primer día fue esencialmente una “bajada” de información que reflejó las diferentes perspectivas de los participantes sobre las medidas existentes; cómo eran utilizadas, qué áreas necesitaban mejoras y cómo los mensajes podrían ser entregados más efectivamente.

El segundo día tomó un formato de Workshops, diseñado para identificar recomendaciones específicas de cómo debe moverse la industria hacia un efectivo y más consistente set de medidas que representen todo el espectro de valores generados por la industria.

### ¿Qué cosas únicas o inusuales surgieron?

Sobretudo, que hay total consenso en los temas centrales. Por ejemplo, hubo un fuerte acuerdo en la necesidad de ampliar el valor de nuestra propuesta más allá del modelo tradicional basado en los gastos, junto con el hecho que el amplio valor es mejor presentado como casos de estudio y templos más que sujeto a algún tipo de conversión métrica. Hubo un acuerdo general en que no solamente los “bene-

## JMIG CONFERENCE SETS NEW DIRECTIONS FOR VALUING MEETINGS

**By Leigh Harry – JMIG President**

### Why did you hold this conference?

More than ever before, the Meetings Industry needs to be able to put forward a strong argument as to why it is deserving of government and community recognition if it is to get the investment and policy support it needs to prosper. However, the success of this argument depends on having good, credible and consistent data to support its value proposition. The reason for the conference was to examine the state of such measures world-wide and reach some conclusions as to how we could do a better and more consistent job of measuring and reporting our value.

### What did you hope to get out of it?

We ended up with three overall outcomes of importance; first a good sense of what kinds of measurements are being used and how effective they are; secondly some very targeted recommendations for how we can move to improve things in the future and thirdly some expert advice as to how we can best develop and utilize value measures for better communications. This was only possible because of the wide variety of participation we secured.

### What was the format?

The conference was divided into two major sections; the first day was essentially a “download” of information that reflected all the different perspectives of attendees as to what measures existed; how they were being used; what areas needed the most improvement and how value-related messages could be most effectively delivered.

The second day took a workshop format and was designed to identify specific recommendations as to how the industry could move toward a more consistent and effective set of measures that represented the whole spectrum of values generated by the industry.

### What kinds of things emerged as being unique / unusual?

Overall, that there was so much consensus on the key issues. For example, there was strong agreement on the need to broaden our value proposition beyond traditional spending-based models, along with the fact that the broader values are likely best presented as case studies and examples rather than being subjected to some kind of metric conversion. There was general agreement that not only are “outcomes” hard to translate into economic equi-

ficios” son difíciles de traducir a equivalentes económicos, corren el riesgo de perder mucho de su impacto. El sentimiento general era el de que los números crecían pero varias de las “historias” asociadas con eventos exitosos – la forma en que contribuyen al conocimiento, innovación y desarrollo humano era comprendido inmediatamente y atrapaba a muchas de nuestra audiencia. Con esta realización el foco se dirigió hacia cómo esos beneficios pueden ser organizados para demostrar bases consistentes más que cómo pueden convertirse en equivalentes financieros.

**¿Cuáles fueron las recomendaciones del grupo?**

Las recomendaciones estuvieron divididas en dos grupos basadas en modelos de impacto económico por un lado y por otro, los temas asociados con la presentación de los valores relacionados con lo que las reuniones realmente logran. En términos de medidas de impacto económico, se acordó que mientras hay muy buenos modelos ya en su lugar, todavía hay varias interpretaciones que limitan la comparación de la información. Tenemos la necesidad de poder determinar cuántos tipos de modelos existen y alentar alguna forma de estándares o definiciones que resulten en una mayor consistencia. Al mismo tiempo, se sugirió que las técnicas asociadas con la medición del impacto económico deben ser más directamente aplicables para los requerimientos locales como que las comunidades y facilidades individuales pueden calcular su propio valor más rápidamente, por lo que tendrían un mayor impacto sobre las decisiones que se tomen en esa comunidad.

Las recomendaciones sobre los beneficios de las reuniones y otros eventos de negocios giraron entorno a la necesidad de contar con un mejor protocolo para organizar los ejemplos de generación de valor para ser utilizadas más efectivamente en las comunicaciones. Específicamente, se identificó la necesidad de contar con una base de datos de ejemplos documentados en varias categorías que puedan ser utilizados como casos de estudio e identificar audiencias claves junto con el lenguaje y formatos específicos requeridos para dirigirse a ellos.

**¿Dónde se dirigen a partir de estas conclusiones?**

El propósito fundamental de la Conferencia fue encontrar dónde estábamos y dónde necesitamos ir en términos de un esfuerzo integrado de la industria para hacer un mejor trabajo en la medición y reporte de su valor. Hemos constatado que, como un Consejo, necesitamos ver cómo podemos traducir en acción las muy claras recomendaciones que recibimos. Sobre todo necesitamos asegurarnos que existe un amplio apoyo a las iniciativas que tomamos para ser consistentes en la dirección en que transitamos – algo en que todos estuvieron de acuerdo, proyectando una fuerte imagen para la industria.



*valents, they can risk losing a lot of their impact by doing so. There was a general feeling that there is a growing numbness to big numbers but many of the “stories” associated with successful events – the ways they contribute to knowledge, innovation and human development were immediately understandable and engaging to many of our key audiences. With this realization the focus shifted toward how such benefits can be organized to demonstrate consistent patterns rather than how they can be converted into financial equivalents.*

**What were the recommendations of the group?**

*The recommendations were divided into two groups based on economic impact models on the one hand and the issues associated with collating and presenting values relating to what meetings actually accomplish on the other. In terms of economic impact measures, it was agreed that while there are some very good models already in place, there are still a wide variety of approaches in use which was limiting the comparability of data. The need was thus seen as being to determine just how much variety existed in the various models being used and encouraging some form of overall standards or definitions that would result in greater consistency. At the same time, it was suggested that the techniques associated with economic impact measurement needed to be more directly applicable to local requirements such that individual communities and facilities could more readily calculate their own value in a form that would have greater impact on decisions being made in their communities.*

*As far as the broader benefits of meetings and other business events, recommendations revolved around the need to have a better protocol for assembling and collating examples of value generation such that these could be more effectively utilized in communications activities. Specifically, there was a need identified to assemble a database of documented examples in a variety of categories that could be used as case studies and to identify key audiences along with the specific language and formats required to address each.*

**Where do you go from here?**

*The whole purpose of the Conference was to find out where we were and where we needed to go in terms of an integrated industry effort to do a better job on measuring and reporting value. We certainly achieved that, and as a Council we need to see how we can best translate the very clear recommendations we got into action. Above all we need to make sure there is broad support for the initiatives we take so that we have a consistent direction going forward – something everyone agreed is important to projecting a strong image for the industry.*