

ผู้จัดการประชุมกว่า 50 ราย เห็นสัญญาเลือก “หางโจว” เป็นสถานที่จัดประชุมครั้งต่อไป



กิจกรรม “Hangzhou, Inspiring New Connections” ที่บูธของเมืองหางโจว ในงาน IT&CM ปีนี้ ได้รับความสนใจจากผู้ชมจำนวนมาก และความสำเร็จของเมืองหางโจวในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ (MICE) ได้ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวของเมืองขยายตัวอย่างรวดเร็ว

Business Events Hangzhou นำตัวแทนผู้ให้บริการไมซ์ 14 ราย เข้าร่วมงาน Incentive Travel & Conventions, Meetings China (IT&CM China) ประจำปี 2560 ซึ่งจัดขึ้นที่เซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 21-23 มีนาคมที่ผ่านมา โดยนับตั้งแต่มีการสร้างแบรนด์ “Hangzhou, Inspiring New Connections” ทาง Business Events Hangzhou ก็ได้ทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อโปรโมทแบรนด์นี้ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

<http://photos.prnasia.com/prnh/20170327/0861702953>

“Hangzhou, Inspiring New Connections” ความหมายในหลายมิติ

บูธของเมืองหางโจวได้ถูกออกแบบใหม่เพื่อให้ดึงดูดสายตาผู้ชมมากยิ่งขึ้น โดยมีลักษณะเหมือนตัวอักษร C ซึ่งเป็นอักษรแรกของคำว่า “conference” (การประชุม) และเป็นอักษรย่อของหน่วยวัดอุณหภูมิองศาเซลเซียส ซึ่งเป็นธีมประจำปีของเมืองหางโจวในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ อีกทั้งยังแสดงถึง “connection” (การเชื่อมโยง) ครั้งใหม่ระหว่างทรัพยากรไมซ์ของเมืองหางโจวกับตลาดนานาชาติ

เมืองหางโจวได้นำเทคโนโลยี VR มาใช้ในการโปรโมทแบรนด์ เพื่อสร้างประสบการณ์การรับชมรูปแบบใหม่ โดยผู้ที่มาร่วมงานต่างสวมแว่นตา VR และได้สัมผัสกับทัศนียภาพของเมืองหางโจวในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ด้วยความรู้สึกที่สมจริง ผู้ร่วมงานบางรายถึงกับกล่าวว่า จะรอดูเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาใช้จำลองประสบการณ์การท่องเที่ยวในอนาคต

นอกจากนี้ เมืองหางโจวยังใช้ LinkedIn เป็นช่องทางใหม่ในการโปรโมททั้งในและนอกประเทศจีน โดยสร้างเพจบริษัทที่เชื่อมโยงกับโซเชียลมีเดียทั้ง Facebook, Weibo และ Wechat เพื่อสร้างความครอบคลุมในการโปรโมทกิจกรรม พร้อมมอบตัวเลือกที่หลากหลายให้แก่ผู้จัดการประชุมจากนานาชาติ ในการเรียนรู้และรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับเมืองหางโจวในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์

การประชุม G20 Summit ที่หางโจวยังคงมีผลพวงต่อเนื่อง

ระหว่างงาน IT&CM ปีนี้ บุคลากรของเมืองหางโจวมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก โดยมีการเจรจาแบบตัวต่อตัวเกิดขึ้นกว่า 600 ครั้ง และมีตัวแทนขององค์กรต่างๆ ตกลงเซ็นสัญญากับเมืองหางโจวมากกว่า 50 ฉบับ

ในช่วงครึ่งแรกของปีนี้ เมืองหางโจวได้จัดกิจกรรมโปรโมทแบรนด์มากมาย เช่น CEO Fam Trip, Hangzhou MICE Promotion Season และ Hangzhou Special Offer Year Campaign เพื่อดึงดูดผู้จัดการประชุมทั้งในและนอกประเทศให้มากยิ่งขึ้น

หางโจวเริ่มเป็นที่รู้จักในระดับสากลนับตั้งแต่จัดการประชุม G20 Summit

ภารกิจสำคัญของ Business Events Hangzhou คือการเดินหน้าโปรโมทแบรนด์ต่อไป รวมถึงสานต่อสิ่งที่เริ่มทำมาแล้ว นั่นคือ การปฏิรูปหางโจวให้กลายเป็นเมืองระดับนานาชาติอย่างแท้จริง ด้วยการสร้างโครงสร้างพื้นฐานให้สมบูรณ์แบบ เพื่อรองรับการจัดประชุมและการท่องเที่ยวคุณภาพสูงแบบครบวงจร รวมถึงใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบของเมืองหางโจว เพื่อกำหนดนิยามใหม่ให้กับเมืองหางโจวในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับสากล

รูปภาพ - <http://photos.prnasia.com/prnh/20170327/0861702953>