

Anna Cichońska w turystyce pracuje od 20 lat. Przez pierwsze 10 lat, z sukcesem kierowała sprzedażą usług turystyki przyjazdowej na rynkach zagranicznych, szczególnie na rynkach anglojęzycznych; przez kolejne 10 lat wykorzystywała wiedzę praktyczną w planowaniu, realizacji i monitorowaniu projektów promocyjnych realizowanych przez Polską Organizację Turystyczną.

Praca w Polskiej Organizacji Turystycznej to rozwój umiejętności w zarówno w zakresie realizacji działań promocyjnych, w tym kampanii promocyjnych, wystąpień targowych, warsztatów, prezentacji oraz w obszarze planowania operacyjnego i monitorowania efektów działań. W ramach swoich kompetencji, odpowiadała za współpracę z Zagranicznymi Ośrodkami Polskiej Organizacji Turystycznej (wcześniej Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej), a także Poland Convention Bureau. Bardzo ważnym doświadczeniem było czasowe oddelegowanie do POIT Nowy Jork na stanowiska p.o. dyrektora.

Anna Cichońska wiedzę praktyczną stale uzupełniała programem szkoleń, kursów i warsztatów, z których najważniejsze to Studia Podyplomowe „Zarządzanie w kulturze, sztuce i turystyce kulturowej” na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach oraz Nowoczesne Zarządzanie Firmą – Zarządzanie Marketingowe - Marketing, wykorzystanie nowoczesnych technologii w marketingu, badanie efektywności działań marketingowych organizowane przez Centrum Doskonalenia Zarządzania s.c. i Das Wirtschaftsförderungsinstitut der Wirtschaftskammer Oesterreich. Świetnym sposobem rozwoju umiejętności była praca dla firmy doradczej oraz z sektora nowych technologii.

Filologiczne wykształcenie (Katedra Iberystyki, Wydział Neofilologii Uniwersytetu Warszawskiego) i dłuższe pobyty za granicą, w tym stypendium w USA, dają jej wyjątkową łatwość nawiązywania kontaktów i współpracy w środowiskach międzynarodowych.

Intensywną współpracę z rynkami angielsko- i hiszpańskojęzycznymi rozpoczęła jako, kierownik, a następnie z-ca dyrektora i dyrektor, Biura Turystyki Przyjazdowej jednego z czołowych operatorów przyjazdowej turystyki do Polski. Dzięki prowadzonym działaniom marketingowym firma z sukcesem wprowadziła swoją ofertę na rynki: brytyjski, amerykański i hiszpański. Wszystkie działania prowadzone były konsekwentnie, zgodnie z przyjętą przez

firmę strategią. W efekcie firma uzyskała znaczny wzrost sprzedaży i liczby obsłużonych klientów. Rozwój firmy ułatwiło wdrożenie systemu relacji z klientem (CRM), w którym aktywnie brała udział.

Taki zestaw umiejętności, wiedzy praktycznej i teoretycznej odpowiada potrzebom zmieniających się trendów w marketingu. Dlatego dziś jeden z głównych obszarów, jakie zostały powierzone Annie Cichońskiej to analiza efektywności działań w internecie, także w powiązaniu z działaniami w mediach tradycyjnych. Zebrane dane wykorzystywane są do przygotowania analiz działań bieżących oraz na potrzeby planowania strategicznego i tworzenia dokumentów strategicznych, m.in. zostały wykorzystane w dokumencie „Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-20120” oraz przy opracowaniu planów operacyjnych Polskiej Organizacji Turystycznej.

Wdrożenie planowania strategicznego oraz planowania wieloletniego, na poziomie budżetu państwa, wiąże się także z koniecznością prowadzenia szerokich analiz wskaźnikowych, za które jestem odpowiedzialna. Na potrzeby sprawnego wdrożenia koniecznych zmian w systemie planowania uczestniczyłam w szkoleniach, które poszerzały wiedzę m.in. w zakresie zarządzania przez cele.

Ogromny wzrost znaczenia komunikacji elektronicznej oznaczał konieczność prowadzenia analizy obecności POT w internecie w kontekście zmian zachodzących w konsumpcji mediów. Od dwóch lat Anna Cichońska prowadzi projekt analityczny dla własnych mediów internetowych Polskiej Organizacji Turystycznej. W ramach projektu opracowane zostały profile obecności w mediach elektronicznych dla poszczególnych rynków oraz zestaw wskaźników. Media elektroniczne ulegają ciągłym zmianom, zależnie od rozwoju technologii oraz kreowanych trendów konsumenckich i wymagają stałej aktualizacji wiedzy i regularnego zbierania informacji. Dlatego regularne kursy stanowią tylko punkt wyjścia, a samokształcenie, z wykorzystaniem kursów on-line jest niezbędne. Wiedzę Anny Cichońskiej w tym zakresie potwierdzają m.in, Inbound Marketing Certificate oraz eTourism: Communication Perspectives Certificate – Audit Track.

Dodatkowo ukończyła szkolenia:

- „Informacyjne i analityczne możliwości wsparcia systemów zarządzania w sektorze publicznym z wykorzystaniem budżetu zadaniowego”,
- „Analityka internetowa z wykorzystaniem Google Analytics na poziomie zaawansowanym”,
- Budżet zadaniowy, jako narzędzie zarządzania środkami publicznymi,
- Budżet zadaniowy a ocena sprawności efektywności wydatkowania środków publicznych,
- Reklama w Google AdWords,
- Dyscyplina finansów publicznych – zmiany w ustawie,
- Microsoft Project – efektywne zarządzanie projektami,
- Szkolenie w dziedzinie budżetowania zadaniowego w administracji publicznej,
- Zarządzanie projektami,
- Wystąpienia publiczne w mediach,
- Odpowiedzialność i Kompetencje Kadry Zarządzającej – prawa, obowiązki i ryzyko związane ze sprawowaniem funkcji, instrumenty zabezpieczające,
- Techniki negocjacyjne w handlu z Chinami,
- Profesjonalna obsługa klienta i techniki sprzedaży,
- Zarządzanie obszarem sprzedaży,
- Turystyka w programach Unii Europejskiej. Zasady programowania, przygotowania projektów i aplikowania o środki Unii Europejskiej,
- I ty możesz być lepszym szefem.