Советы посетителям выставок

Выставки – одна из важнейших составляющих маркетинговой стратегии любой компании на современном этапе развития бизнеса. Ежегодно в мире проводится несколько тысяч международных торговых выставок. Даже если вы еще ни разу не посещали ни одну из них, рано или поздно вам наверняка понадобится это сделать, ну а чтобы получить максимум пользы от посещения выставки, для начала необходимо представить механизм их работы и составить план своих действий.

Стандартная выставка - это событие, на котором производители, дистрибьюторы и другие предприниматели (одним словом, экспоненты) демонстрируют свою продукцию или предлагают услуги уже существующим и потенциальным клиентам, поставщикам, деловым партнерам и представителям СМИ. Благодаря своей высокой эффективности выставочные мероприятия пользуются большой популярностью у предприятий самых разных специализаций и размеров.

Выставка обычно посвящена определенной тематике: например, компьютерное обеспечение, автомобильная промышленность, мода, хозяйственные товары и т.д. Так как на крупнейших выставках по традиции присутствуют ключевые покупатели и пресса, то экспоненты используют их как площадку для презентации новейших товаров и услуг. Многие компании берут себе за правило ежегодное участие в нескольких наиболее значимых выставках своей индустрии.

Большинство выставок проходят регулярно, чаще всего – раз в год, иногда – раз в два, три или четыре года (как, например, технологический форум в Дюссельдорфе). Некоторые выставки всегда проводятся в одном и том же городе, другие – каждый раз в новом месте.

Местом проведения выставки служат выставочные центры (классический вариант), конгресс-центры, крупные гостиницы. В каждом крупном городе мира имеется хотя бы один выставочный центр, например, в Берлине – Messe Berlin, в Милане – Fiera Milano, в Вене – Messezentrum Wien, а вот в Москве насчитывается как минимум пять крупных выставочных центров: ВВЦ, Экспоцентр, Крокус-Экспо и с/к Олимпийский.

Площадь выставочного центра может варьироваться от 10 тыс. кв. м до более чем 500 тыс. кв. м, экспозиции могут проводиться как на открытых, так и на закрытых площадках центра. Выставочный центр может состоять как из одного корпуса, так и из нескольких многофункциональных павильонов, где находятся выставочные залы, конференц-залы

(здесь проводятся деловые встречи), зоны для отдыха, рестораны.

Практически всегда при выставочном центре имеется автостоянка. Благодаря тому, что центры оборудованы новейшими коммуникационными технологиями (в частности, Wi-Fi), вы можете смело брать с собой ноутбук и не прекращать своего активного участия в бизнес-процессах.

Кроме того, зачастую при выставочном центре работают службы экспресс-доставки, так что отправить собранные на выставке материалы (брошюры, каталоги, образцы продукции) можно прямо в свой офис. Нередко выставочные центры предлагают посетителям и экспонентам услуги переводчиков, что очень актуально на международных выставках.

Вы можете взять переводчика-ассистента с собой, чтобы он сопровождал вас не только на выставке, но в течение всего времени вашего пребывания в стране. На сайте выставочного центра можно ознакомиться с его поэтажными планами, техническими характеристиками и перечнем проводимых мероприятий.

У каждой выставки также есть свой сайт, где можно в подробностях узнать об экспонируемой продукции, сроках проведения выставки, программе сопутствующей конференции (если она запланирована). На сайте, как правило, вывешивается список экспонентов с номерами их стендов, благодаря чему вы заранее можете наметить свой маршрут.

Не менее важно определиться, какие цели вы преследуете, посещая выставку, и в соответствии с ними правильно выбрать мероприятие. Иначе дорогостоящая командировка на выставку (как правило, стоимость посещения выставки в Европе составляет как минимум полторы тысячи евро) пройдет впустую. После посещения выставки уделите особое внимание анализу полученных данных и отслеживанию контактов, чтобы они не затерялись по вашему возвращении в суматохе рабочих будней.

В последнее время на рынке появилась новая услуга под названием «заочное посещение выставок» - вы можете не ездить на выставку, а поручить это аутсорсинговой компании, сотрудники которой постоянно работают на многих международных выставочных мероприятиях. Они соберут все необходимые материалы и вышлют им вам в офис. Пока фирм, предоставляющих эту услугу, немного, но, очевидно, что в ближайшем будущем это направление будет прогрессивно развиваться, так как заочное посещение выставок позволяет значительно снизить издержки предприятия.

Теперь вы знакомы с самыми важными аспектами посещения международных выставок. Не упускайте выставки из внимания и извлекайте из них максимальную пользу!

Татьяна Свиридова,
PR-менеджер компании Serve Businesses Worldwide (www.sbwcorp.ru, www.expomap.ru)