

# Секреты выставочного успеха

Отраслевая выставка — это огромная площадка для общения, обмена опытом и разработками, это возможность представить свою компанию, обрести партнеров и успех. Организаторы борются за привлечение ведущих компаний к участию, экспоненты — за удачное представление, посетителей и новых партнеров. Здесь две стороны медали — нам известна лишь точка зрения участников. Но ведь огромную работу проделывают организаторы. О том, что приходится сделать, чтобы отраслевая выставка прошла успешно, нам рассказала Генеральный директор ЗАО «ЭКСПОТРОНИКА» — профессиональной организации, занимающейся проведением крупнейших специализированных международных выставок, Оксана Валентиновна Афанасьева.

— **Оксана Валентиновна, несколько слов об опыте — сколько лет вы занимаетесь организацией выставок, сколько их уже на вашем счету.**

— В выставочном бизнесе я работаю с 2002 года. Сначала со стороны экспонента (организация участия Компаний в специализированных выставках России, Германии, Швейцарии, США), а после — как организатор выставок и конференций. На моем счету подготовка и проведение около 20 конгрессно-выставочных мероприятий в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Киеве.

На должности Генерального директора ЗАО «ЭКСПОТРОНИКА» — с осени 2005 года. За это время выставки «Передовые Технологии Автоматизации. ПТА» приняты в ряды Всемирной Ассоциации выставок по автоматизации, измерениям и приборостроению (World F.I.M.A) наряду с известными мировыми выставками; открыты представительства компании в Санкт-Петербурге и Новосибирске, реализованы новые проекты: выставка «Передовые Технологии Автоматизации. ПТА-Урал», конференции «ПТА. Интеллектуальное здание» в Петербурге и Екатеринбурге; в работе выставка «Передовые Технологии Автоматизации. ПТА-Сибирь 2009». Кроме того, ЗАО «ЭКСПОТРОНИКА» стала членом Санкт-Петербургской, Центрально-Сибирской и Ленинградской областной торгово-промышленных палат.

Изменения коснулись и административной деятельности компании: сформирована команда специалистов, разработаны уникальные на сегодня регламенты и инструкции по организации различных этапов подготовки конгрессно-выставочных мероприятий. Ведь кадровый вопрос — один из важнейших для любой организации, и разработка документации, регламети-

рующей деятельность компании — важная часть кадровой политики.

— **В чем состоит основная сложность в организации выставки?**

— Трудности в организации выставок я условно разделила бы на 2 категории.

Внешние заключаются в следующем: максимум необходимой информации, источником которой раньше были выставки, теперь можно найти в Интернете. Также не секрет, что ежегодно появляются десятки выставок со схожей тематикой, а это обостряет, и без того напряженную, внутрирыночную конкуренцию. В такой ситуации оставаться востребованным очень сложно.

А внутренние трудности состоят в том, что создание выставки — процесс творческий, но подразумевающий огромный объем крайне разнообразных работ. Наиболее важным и сложным моментом мне представляется четкая координация функций всех задействованных лиц. Для этого

мы разрабатываем, внедряем и регулярно обновляем алгоритмы и схемы бизнес и мастер-процессов.

Параллельно мы уделяем много времени отбору и обучению сотрудников, поскольку на рынке выставочных услуг ощущается явная нехватка квалифицированного персонала.

Необходимость преодолевать эти сложности является мощным катализатором развития и провоцирует нас на активные действия, от которых, в итоге, должны выиграть наши экспоненты.

— **Многие участники электротехнических выставок жалуются на низкую посещаемость или отсутствие специалистов, в которых их компании заинтересованы. Расскажите о системе целенаправленного привлечения посетителей?**

— Поверьте, это очень нелегкий вопрос — на посещаемость выставки влияет совокупность факторов.

Во-первых, ситуация на отраслевом рынке: качественно подготовленная выставка отражает состояние рынка.



## АФАНАСЬЕВА Оксана Валентиновна

2005 год — Член Международного общества автоматизации ISA

2006 год — Почетный член Международного общества автоматизации ISA

Топ-менеджер РФ 2006 по версии Национальной энциклопедии личностей Российской Федерации

2007–2008 — Exhibition Coordinator Международного общества автоматизации ISA

С 2005 года — по настоящее время — генеральный директор ЗАО «ЭКСПОТРОНИКА»

И если нет видимого прироста отрасли, то и выставка не развивается.

Во-вторых, наличие конкурирующих выставок: по-сути, целевая аудитория одна, специалисты не успевают посещать все мероприятия, соответственно число уникальных посетителей каждой выставки сокращается. Огромную роль играет уровень профессионализма организаторов: к сожалению, в выставочной среде стало традицией проводить выставку только для того, чтобы иметь в графике набор мероприятий по определенным темам. Зачастую выставки проводятся без консультаций отраслевых специалистов, без понимания нужд экспонентов.

Что касается привлечения посетителей, мы используем как традиционные методы (размещение информации в специализированных СМИ, наружная реклама, директ-маркетинг и прочее), так и инновационные, которые являются know-how выставочной компании «ЭКСПОТРОНИКА».

Значительную роль играет и степень подготовленности экспонентов: бывает и так, что компании-участники из года в год представляют одни и те же образцы продукции, не планируют цели и задачи участия в выставке, способы их исполнения. Все это вряд ли способствует повышению интереса со стороны посетителей.

На мой взгляд, в эпоху Интернета назначение выставок изменилось. Сейчас это не только источник информации, а, прежде всего, форум для живого общения специалистов. Я рекомендую компаниям составлять график встреч и заранее приглашать клиентов и потенциальных заказчиков на стенд. Переговоры на выставке носят более неформальный характер и позволяют наладить или укрепить отношения с партнерами.

— **Одна из проблем — низкая посещаемость семинаров, которые компании проводят в рамках де-**

**ловой программы — расскажите, есть какие-то хитрости в организации семинаров?**

— Безусловно, семинар — это совместный проект организаторов и участников, подразумевающий равноправное участие обеих сторон. За часть работ, таких как организационно-техническая подготовка, широкое оповещение о семинаре в СМИ, директ-маркетинг, — отвечаем мы. А вот определение целевой аудитории слушателей, наличие интересной темы, присутствие докладчиков, владеющих искусством удерживать внимание аудитории; качественные раздаточные материалы — в зоне ответственности компаний. К примеру, очень важно правильно определить вместимость зала. Узкоспециализированная тема доклада может быть интересна соответствующему кругу специалистов, а значит, будет ошибкой выбор зала повышенной вместимости. Пустые места создадут впечатление отсутствия интереса к докладу. Этот эффект всего лишь визуальный, но он разочаровывает как докладчика, так и посетителей.

Таких важных мелочей очень много. Поэтому мы стремимся к более полному общению с клиентами на подготовительном этапе. Как результат — в последнее время почти всегда семинары, сопровождающие выставки ПТА и конференции «ПТА. Интеллектуальное здание» проходят при полных залах, с сохранением до 90% аудитории до конца дня.

— **Есть ли какие-то общие характеристики, факторы, по которым можно определить, насколько качественно поработали организаторы выставки?**

— Объективно оценить качество услуги, чем является и выставка, всегда сложнее, чем — товара. Используются базовые критерии: прирост по сравнению с прежними годами числа

участников, посетителей, выставочной площади; присутствие на экспозиции ключевых игроков рынка; наличие поддержки от крупных властных структур, профессиональных союзов и ассоциаций; целевой состав посетителей; насыщенная деловая программа; качественный сервис.

Также существуют расчетные показатели эффективности участия в выставке для экспонентов (стоимость посетителя, возврат на инвестиции и др.). Итоговая эффективность определяется, исходя из целей, поставленных компанией при планировании участия в данной выставке. Такими целями при работе на выставке могут являться не только непосредственное увеличение объема продаж в рамках выставки, но и долгосрочные результаты: формирование или поддержание имиджа, исследование рынка и т. д. Опять напрашивается вывод о том, что успех выставки, определяемый удовлетворенностью экспонента, на 50% зависит от него самого.

Для нас показательными являются результаты анкетирования участников выставок и бронирование стендов на будущий год.

— **Отличается ли чем-то организация выставок в регионах от столичных?**

— Каждая из выставок, проводимых в разных городах, имеет собственный образ. На его формирование заметно влияют характеристики региона: экономическое положение и политический статус, промышленный профиль, состояние конкретной отрасли, география приграничных районов, системы взаимоотношений бизнеса и власти, история и традиции народов, проживающих на территории.

Что касается мероприятий «Передовые Технологии Автоматизации. ПТА», то подготовка к ним ведется с учетом местной специфики; в соответствии с особенностями региона адаптируется перечень официальных и профессиональных структур, оказывающих поддержку; деловая программа, рекламная кампания, даже декорация выставочного павильона. Неизменен только стандарт качества предоставляемых нами услуг.

— **Участники всегда высказывают претензии или благодарности организаторам — наверняка и у вас есть слова для ваших экспонентов?**

— Прежде всего, я хочу поблагодарить наших экспонентов за совместную работу и призываю к более тесному взаимодействию на этапах подготовки. Чем более полно и подробно вы описываете свои потребности, тем больше у нас возможностей их удовлетворить. Работая вместе, мы сделаем ваше участие в выставке максимально эффективным.

**Подготовила Ксения КАЛАНОВА**

## СПРАВКА:

ЗАО «ЭКСПОТРОНИКА» — профессиональная организация, занимающаяся проведением крупнейших специализированных международных выставок «Передовые Технологии Автоматизации. ПТА» и конференций «ПТА. Интеллектуальное здание».

Компания «ЭКСПОТРОНИКА» организует проекты «ПТА-Урал», «ПТА Санкт-Петербург», «ПТА-Сибирь» на лучших выставочных площадках под патронажем Торгово-промышленной палаты РФ.

Мероприятия ПТА — это освещение всего спектра тем по промышленной автоматизации, представление новейшего оборудования и передовых решений для всех отраслей промышленности. Это презентации компаний — мировых лидеров и стабильно развивающихся компаний (более 250 постоянных участников). Это неиссякаемый интерес специалистов (более 15 тысяч посетителей ежегодно).

«Передовые Технологии Автоматизации. ПТА» — единственная российская выставка, входящая во Всемирную Ассоциацию Выставок по Автоматизации World F.I.M.A.



Экспотроника