

ВЫСТАВКА ВЫСТАВКА ДИЗАЙН И РЕКЛАМА 2002



 Лео Костылев
leo.kostylev@dlc.fi

Что же такого замечательного было в Доме художников на Крымском валу, чего так не достает автору этих строк в Питере?

К чести организаторов выставки нужно отметить, что все было подготовлено и проведено просто замечательно. Особенно, если за точку отсчета брать подобные мероприятия, проводимые в Петербурге. Разница в этом случае может измеряться только в парсеках и световых годах.

Для тех, кто удосужился дочитать статью до этой фразы, я хочу сразу же отметить, что публикуемый материал не является заказным, не имеет отношения к рекламе или другим товарно-денежным отношениям, а

представляет собой попытку аналитического отчета о мероприятии, поэтому все более или менее восторженные фразы в адрес организаторов являются проявлением истинных чувств, продуктом работы аналитической части мозга, а не изобретением копирайтеров рекламного агентства.

Что же такого замечательного было в Доме художников на Крымском валу, чего так не достает автору этих строк в Питере? А было вот что.

Организатор выставки фирма «Экспопарк» проводит выставку «Дизайн и реклама», насколько мне помнится, уже в девятый раз, и соответственно, следующая будет юбилейной. «ДР» является далеко не единственным выставочным проек-

том фирмы, поэтому, видимо, накопленный за годы работы в выставочном бизнесе опыт является хорошей основой для создания такого гармоничного продукта, каким была прошедшая выставка. В ней было ровно все то, чего так не хватает петербургской рекламной выставке: хороший сбор участников, грамотно организованные заезд и отъезд участников с подготовленной специальной площадкой для грузового транспорта и грузовыми лифтами, персонал, который, несмотря на видимую на лицах усталость, старался изо всех сил решить все возможные и невозможные проблемы участников выставки. Во время обустройства нашего стенда, например, я оказался невольным наблюдателем сцены, которая еще до начала самой выставки убедила меня в том, что я останусь ею доволен. Напротив нас собирала свой стенд московская компания, представители которой решили не спешить и появились во второй и последний день времени, отведенного для построения стенда, во второй половине дня. Наш стенд уже был почти готов к тому времени, поэтому



времени понаблюдать за комичной ситуацией хватало. Итак, в конце дня на стенде соседей появилась, по-видимому, директор фирмы, и ее внимание привлекло то, что вместо цельностеклянной витрины на их стенде организаторами была построена витрина с верхней частью из стекла, нижней из непрозрачного материала. Хорошо поставленным голосом с нотками повизгивания женщина потребовала по теле-

фону явиться к ним на стенд представителя компании-организатора, который не замедлил с приходом. Речь директора тезисно можно представить двумя фразами: а) мы договорились, что мы придем в 14 часов и все будет готово, а на самом деле

бочие разбирали неправильную витрину и собирали правильную, на стенде успело побывать несколько человек из администрации выставки. Я не знаю, кто были эти люди по должностям, однако было заметно, что проблема их интересует и они

кой истории мне даже показалось, что она была бы несчастна, если бы все витрины оказались построенными сразу как следует. Ей просто нечем было бы заняться. Как, впрочем, всему персоналу фирмы во время самой выставки, когда успев разместить свои изделия в перестроенные витрины, они сели, закурили и хмуро поглядывали из глубины своего стенда сквозь клубы табачного дыма на проходящих мимо посетителей. Длинную историю о незначительном событии я рассказывал исключительно с одной целью — отметить, что даже провоцируемое поведение участников, администрация и работники фирмы-организатора вели себя предельно профессионально и старались прежде всего решить проблемы участников, не вдаваясь в длинные беседы о том, кто кому чего должен. С таким же профессионализмом были организованы и все процессы проведения са-

Работники фирмы-организатора вели себя предельно профессионально

витрина совсем не та, что мы заказывали, и б) мы за все это заплатили кучу денег, а вы нас так подвели. Конечно, в тезисах все выглядит логично и умеренно, однако в жизни это была тирада на пять-семь минут с использованием напора и натиска. Речь изобиловала жалобами и угрозами попеременно. И все бы было ничего, однако для исправления ошибки, естественно, требовалось время. За тот час, который молчаливые ра-

принимают живое участие в ее решении. Каждому вновь приходившему директор фирмы рассказывала всю ту же историю о заплаченных деньгах и 14 часах, причем с неослабеваемым темпераментом. В те редкие минуты, когда рядом не находилось никого из администрации, женщина звонила по мобильному телефону и рассказывала ту же историю своим абонентам, в тех же словах и выражениях. К концу этой трагичес-



мой выставки, начиная с ее открытия. К чести организаторов нужно отметить, что не знать о том, что в Москве в данное время проводится выставка, было невозможно. Лично мне, который появился в городе за день до официального открытия выставки и провел первые три дня работы выставки в Москве, удалось услышать о проведении выставки и по радио, причем на различных волнах — на той, которую я слушаю всегда (Эхо Москвы), и на той, что слушал таксист, везший меня (в перерыве между хриплыми баритонами русских мучителей расстроенных гитар), и на той, что слушал мой московский партнер в своей машине (оттуда неслись звуки русского попа, и кто-то, видимо, забыв слова нехитрой песни, гнусавил «На-на-на-на»). Я видел рекламу выставки по телевизору, в городе мне на глаза попадались растяжки с информацией о проводимой выставке, и даже в питерских журналах была опубликована реклама. При такой массивной рекламной кампании успех

выставке был обеспечен, даже если бы других средств привлечения на нее посетителей больше не было. А успех, безусловно, был, и это мы почувствовали на своем стенде поэтому, как быстро таяли горы каталогов и журналов, привезенных нами

блюдал многие годы.

Во время проведения выставки параллельно проводились семинары, так или иначе связанные с тематикой выставки. В связи с большой спешкой я лично успел посетить только один семинар и тот в неполном объе-

За билетами на выставку в кассы стояла длинная очередь, чего я не наблюдал многие годы

с собой. Достаточно сказать, что рассчитанное на всю пятидневную выставку количество каталогов нам удалось раздать за полтора дня, и не просто расписать всем проходящим, а раздать в руки конкретных людей, заинтересовавшихся нашей продукцией и деловым общением с нами. Взамен на горы розданных каталогов мы привезли такие же горы визитных карточек людей, которым понравилась наша продукция. За билетами на выставку в кассы стояла длинная очередь, чего я не на-

ме, однако и здесь хозяева постарались. Зал для проведения семинаров был хорошо оборудован, о семинарах объявляли по внутреннему радио и они были анонсированы в программе выставки. Висели рекламные объявления, приглашающие посетить семинар. К мелочам, наверное, можно добавить то, что охрана и уборка стендов была организована в стиле всего остального, обслуживание было незаметным и ненавязчивым, однако грамотным и четким. Наши витрины не имели замков, и в первую

ночь мы убрали самые дорогие изделия — ручки «Аурога», стоимость каждой из которых минимум несколько сотен долларов, в стойку с замком, однако уже на вторую ночь мы поняли, что делаем напрасную работу.



А что же участники? Многие из них отлично провели время, так же как и мы, за что опять же благодарить мы все должны организаторов, предоставивших нам такую возможность. Даже те, кто явно не справился с задачами, которые перед фирмой ставит выставка, вполне вероятно, остались довольны результатами выставки, поскольку, перефразируя известное выражение, хорошая организация — уже полдела. Поскольку эта половина дела за них была сделана, то и результат, достигнутый хотя бы наполовину, можно уже считать удовлетворительным.

Удивительным по-прежнему для меня является то, как мало фирмы используют во время проведения выставок презентационную продукцию. Я много уже писал об этом, однако не перестаю удивляться этому, особенно на выставках, где экспонентами являются фирмы-продавцы презентационной продукции. Я, конечно, понимаю, что «сапожник без сапог», но ведь эта народная мудрость совсем не была рассчитана на современные деловые

стников выставки в те самые замкнутые круги бизнеса, о которых я часто пишу. Экспонент не привлекает посетителей на стенд, они проходят мимо, что приводит к тому, что экспонент начинает скучать от бездеятельности, затем начинает занимать себя посторонними делами, а в это время посетители, видя, что работник стенда занят чем-то своим, проходят все больше и больше мимо. Это так же просто, как и обратный вариант: посетитель, остановленный вами у вашего стенда, привлекает и других посетителей, которые кроме вашего стенда получают дополнительный побудительный толчок тем, что хотят узнать,

что нашел на вашем стенде предыдущий посетитель. Таким образом, возникает цепочка взаимосвязанных действий, которые приводят к тому, что, остановив одного посетителя, вы постепенно собираете вокруг себя толпу, которая все вре-

ное, то, что у них, по-видимому, не хватило жесткости, и они дали возможность некоторым участникам достраивать свои стенды уже в первый день проведения выставки. На мой взгляд, хорошее обслуживание



и следование принципу «Клиент всегда прав» имеет вполне определенные границы, и в данном случае здесь она была нарушена. Нельзя давать участникам возможности строить тогда, когда другие уже пытаются работать. Может быть, еще расставить свои товары и можно было бы разрешить, поскольку это не очень мешает, если не считать того, что несколько сбивает настрой у посетителя, но уж стучать молотком и пылесосить однозначно нужно было запретить. Участникам дается целых два дня для обустройства на выставке плюс еще все утро до официального открытия выставки. Этого должно быть достаточно. Вот здесь можно быть жестче, хотя это вряд ли помешает во время принятия решения об участии моих проектов в этой выставке на следующий год 

Рассчитанное на всю пятидневную выставку количество каталогов нам удалось раздать за полтора дня

отношения. Поэтому он и сапожник, а не мастер бизнес администрирования. А? «Мастер бизнес администрирования — банкрот». Какое?

Отсутствие презентационной продукции как самого дешевого способа привлечения на стенд посетителей заводило некоторых уча-

стников привлекает к себе все новых и новых членов.

И что же, все было так идеально? Почти что. Если уж справедливости ради, а также для некоторого равновесия следует сказать что-либо критическое в адрес организаторов выставки «Дизайн и реклама 2002» фирмы Экспопарк, то это, навер-