

# 5 ВОПРОСОВ МАПП ПРОФЕССИОНАЛУ



**ЛЕОНИД ПЧЕЛЬНИКОВ,**

ДИРЕКТОР ВЫСТАВКИ IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ,  
WWW.IPSA.RU

**1. Выставочные проекты, во всяком случае, в бизнес-сувенирной отрасли, находятся если не в кризисном, то в не самом лучшем своём периоде развития. И именно в это время ваша компания приобретает одну из таких выставок. Если это не секрет, то какими мотивами вы руководствовались в своём решении?**

— Не секрет, что выставочная индустрия, как, впрочем, и все остальные индустрии, находится в постоянном движении и подвластна общей конъюнктуре развития экономики страны. Один из секретов успеха нашей компании — умение работать с профессиональной аудиторией. Казалось бы, не имеющие друг к другу непосредственного отношения выставочные проекты очень схожи в своем поведении и развитии, так как пул клиентов (посетителей, участников, поставщиков услуг и сервисов и т.д.) зачастую пересекается, например, профессиональные посетители строительных выставочных проектов, зачастую являются и профессиональными посетителями проектов, схожих по тематикам с проектом IPSA. Касательно проекта IPSA, рынок рекламной сувенирной продукции демонстрирует очень хорошие результаты на протяжении уже многих лет и имеет стабильные темпы роста, пресловутый кризис 2008 — 2009 гг., конечно же, повлиял на индустрию, но восстановление проекта прошло достаточно быстро и за три года превысило темпы роста и показатели докризисного периода, что говорит о его нужности и эффективности для компаний-потребителей рекламной сувенирной продукции. Проект IPSA был идентифицирован нами, как проект, имеющий очень хорошую базу для последующего развития. ReedExhibitions,

как мировой лидер в организации выставочных проектов, всегда при определении потенциальных покупок делает упор на те проекты, которые мы знаем, как делать, управлять и развивать, IPSA не стал исключением. Наша компания является организатором ряда проектов, посвященных рекламной сувенирной продукции, в том числе — выставки PSI в Германии, таким образом, это уже наша задача — вывести проект IPSA на новый этап развития, привнести все то лучшее, что делает ReedExhibitions выставочным организатором №1 в мире.

**2. Выставка IPSA вот уже несколько последних лет была единственной отраслевой выставкой, проводившейся в Москве. Не будет большой смелостью назвать её основной бизнес-сувенирной выставкой России. Исходя из этого, как вы планируете развивать её в ближайшем будущем?**

— Еще на этапе приобретения проекта IPSA нами был сделан достаточно глубокий анализ рекламной сувенирной отрасли как России, так и других стран. Были идентифицированы основные тренды, слабые и сильные стороны, прогнозы развития со многими сценариями. Было сделано глубочайшее исследование и самого проекта, был произведен опрос основных групп посетителей данного проекта, идентифицированы их нужды и требования, собраны отзывы и пожелания. Проведены опросы участников проекта. Основной упор на ближайшее время будет сделан на посетителей. Для нашей компании профессиональные посетители являются важнейшей частью развития любого проекта, так как, как бы ты ни делал проект — предлагал участникам множество услуг и сервисов,

организовывал фуршеты и т.д., но если количество посетителей не удовлетворяет потребность экспонентов, то всё, что бы ни делалось организатором, теряет смысл, так как основным результатом проекта является бизнес-удовлетворенность экспонентов, возврат на инвестиции от участия в проекте, заключение новых контрактов и т.д. Таким образом, нами были в разы увеличены инвестиции в продвижение грядущего осеннего проекта, вся наша опытейшая команда маркетологов работает над привлечением целевых клиентов, а именно, рекламных агентств и крупнейших конечных потребителей. Стоит отметить, что для продвижения проекта привлечены ресурсы наших коллег из Германии, организаторов PSI.

**3. На конференции, состоявшейся сразу после предыдущей смены владельца выставки IPSA, её тогдашний новый хозяин обещал представителям отрасли большие перемены к лучшему, ссылаясь на свой опыт в выставочном деле. Однако в течение последних лет в отрасли слышались лишь негативные отзывы о происходящем. Отчасти кризис повлиял на то, что и экспонентов, и посетителей стало меньше. Как вы намереваетесь решать вопросы наполняемости выставки?**

— Я не могу комментировать заявления предыдущих владельцев, однако, как я ответил выше, на данный момент наша основная цель развития проекта — это привлечение большего числа профессиональных посетителей и улучшение сервиса для участников. Эти два основных пункта включают в себя огромный перечень мероприятий, который надо провести нам,

как организаторам, самое главное, что мы знаем, как это делать, у нас есть ресурсы, опыт и, главное, — огромное желание улучшить и развить проект. Обычно, как только выставка начинает показывать положительную тенденцию роста числа профессиональных посетителей и демонстрирует рост качества предоставляемых нами сервисов для участников, происходит и естественный рост количества участников, так как проект становится привлекательной бизнес-площадкой. Отмечу, что нами будет сделан большой упор на привлечение иностранных участников, мы владеем самой большой в мире сетью офисов продаж, опытом организации выставки PSI и многими другими профессиональными качествами. Россия с каждым днём становится всё более и более привлекательным местом для развития иностранных компаний, таким образом, мы планируем значительно увеличить количественную составляющую участников, что позволит индустрии рекламно-сувенирной продукции представить большее разнообразие товаров и услуг для потребителей, а это, соответственно, залог роста числа профессиональных посетителей.

4. Как уже отмечалось в предыдущем вопросе, многие были недовольны действиями предыдущей команды, и поэтому смена владельца выставки вызывает у представителей отрасли осторожный оптимизм. Мы надеемся, что новое руководство выставки будет лучше «слышать» нас и будет стараться лучше учитывать наши пожелания и потребности.

Будете ли вы проводить какие-либо мероприятия, целью которых является укрепление понимания между организатором выставки и её участниками?

— Для нас диалог с индустрией является одним из важнейших пунктов развития проекта, так как этот проект делается для индустрии, а кроме нее самой никто не может сказать, что для нее интересно, важно и необходимо. Мы, как профессионалы выставочного бизнеса, знаем какие действия необходимо предпринять для продвижения проекта, однако, только достигнув гармонии с индустрией и поняв все её нужды и потребности, проект будет успешен. Нами были уже проведены встречи с некоторыми участни-

ками рекламно-сувенирного рынка, такие встречи будут регулярными, как во время выставок, так и в межвыставочный период, также будут проводиться специально разработанные опросы участников и посетителей, по результатам которых будут делаться конкретные шаги для улучшения проекта и многое другое.

только в начале пути, не стоит забывать, что проект перешел под наше управление только в декабре 2013 года, т.е. по сути за два месяца до весеннего проекта нам предстоит еще очень много сделать, и наша кооперация с немецкими коллегами из PSI является стратегически важной. Отмечу, что это не голословное заявле-

**ОБЫЧНО, КАК ТОЛЬКО ВЫСТАВКА НАЧИНАЕТ ПОКАЗЫВАТЬ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ТЕНДЕНЦИЮ РОСТА ЧИСЛА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ И ДЕМОНСТРИРУЕТ РОСТ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ НАМИ СЕРВИСОВ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ, ПРОИСХОДИТ И ЕСТЕСТВЕННЫЙ РОСТ КОЛИЧЕСТВА УЧАСТНИКОВ, ТАК КАК ПРОЕКТ СТАНОВИТСЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ БИЗНЕС-ПЛОЩАДКОЙ.**

5. Компания ReedExhibitions хорошо известна большинству представителей отрасли по выставке PSI, которую она организует в Дюссельдорфе. Будет ли вами использоваться опыт немецкой выставки, например, в области организации выставочного процесса, системы привлечения посетителей и т.п.? Считаете ли вы возможным использование европейского опыта на территории России?

— Да, конечно, мы активно используем опыт наших коллег из PSI. Например, во время выставки у нас был свой стенд, где была представлена реклама будущих проектов. Во время PSI в этом январе руководство выставки дало пресс-конференцию, где было объявлено о покупке компанией ReedExhibitions выставки IPSA, по базам выставки PSI делались информационные рассылки о приобретении IPSA и т.д. Так как мы

не, а именно глубокая кооперация по всем пунктам — продвижение проекта, продажи, маркетинг и т.д., так как мы одна компания, и цели у нас общие. Конечно же это не будет копирование немецкого проекта, у нас в России свои реалии, но все то, что делает выставку PSI эффективной и то, что будет полезно для российской индустрии бизнес-сувениров, будет адаптировано и применено в IPSA.



#### IAPP'S FIVE QUESTIONS TO PROFESSIONAL

Leonid Pchelnikov, new director of IPSA Promotional Souvenirs exhibition answers The Professional magazine's questions. According to him, the main goal of project development is to involve a large number of professional visitors and to improve service for exhibitors. To promote the project, Germany colleagues' resources are leveraged.

The new owner of IPSA exhibition, ReedExhibitions is the world leader in organization of exhibition projects devoted to promotional products and souvenirs, including PSI Trade Show being held in Germany.