

PSI в четыре руки



 **Екатерина Лазоркина,**
руководитель PR-проектов МАПП

 **Лео Костылев,**
Президент МАПП

ВЫСТАВОЧНЫЙ комплекс Messe Dusseldorf, расположенный на северо-западе Дюссельдорфа, запросто можно принять за отдельный небольшой город. Заблудиться на его территории ничего не стоит, а вот найти, скажем, офис организаторов без подсказки – задача не из легких.

PSI Trade Show ошеломляет своими размерами. Четыре огромных зала, полные экспонентов и всевозможной продукции, – непростое испытание и для опытного участника выставки, а уж для новичка и подавно. Дабы посетители не утомили себя чрезмерным усердием, в каждом зале предусмотрены зоны отдыха. В некоторых из них можно просто перевести дух, сидя в удобных креслах-мешках, в других – еще и выпить кофе. Бесплатного кофе. То есть абсолютно безвозмездно.

В одной из таких зон оборудована медиа-зона. Не считая пресс-ложу, посещение которой разрешено только представителям прессы и VIP-персонам, это единственное место на выставке, где можно получить бесплатный доступ в Интернет. Бывает же так: кофе бесплатный, а за Интернет надо платить...

Я ЕЗЖУ НА PSI уже почти двадцать лет. Практически ежегодно. Из последних пяти лет пропустил пару, вот, пожалуй, и всё. Хорошо помню, как начинали те компании, которые теперь занимают по ползала и издают каталоги, которые за их вес и объём никто уже не хочет брать: маленькие стенды, жиденькие в пятьдесят страничек брошюры с огромными картинками, чтобы занимали побольше полиграфического пространства. Но больше всего, конечно, запомнилось первое посещение, когда выставка сразила наповал своими масштабами, количеством посетителей, нескончаемой вереницей очередей такси у входа и сотнями людей с чемоданами на колёсиках в руках. Кто они? Почему идут на выставку с чемоданами? Опаздывающие экспоненты, нерадивые сотрудники стендов? К середине первого дня вопрос прояснился мне болями в плечах и ногах. К концу того же дня сумки с каталогами плелись за мной по ковровому покрытию почти сами, связанные со мной лишь своими длинными плечевыми ремнями. Этим же вечером я совершил первую покупку в Дюссельдорфе – зелёный в клеточку чемодан на колёсах.

PSI 2014-го совсем не похожа на ту, мою первую выставку. И дело не только в том, что мир успел сильно измениться да и сами залы выставки совсем не те, что были в начале 90-х. Но всего несколько лет назад залы были так забиты стендами, что свободного пространства в них не оставалось даже на размещение хотя бы нескольких стульев. Мне нравилось это. Таким образом за всё время выставки сохранялась атмосфера рабочего дня. Пива на стендах не наливали, и кафе гигантских размеров в те годы не было. Оно и не было нужно. Но главное, нет чувства праздника и чего-то необычного, что совершалось с тобой. Виною тому, как мне кажется, атмосфера борьбы за выживание, которую ведут в последние годы все страны Европы, и которая не может не отражаться и на таком глобальном для сувенирного мира мероприятии, как PSI.



СОСТАВ ЭКСПОНЕНТОВ PSI Trade Show разнообразный: от больших известных компаний, таких как Moleskine, Koziol, Samsonite – до стартапов, пока еще мало кому знакомых. Большой частью в выставке участвуют европейские фирмы, но присутствуют среди них и несколько азиатских. Хотя, если учесть, что большинство представленных компаний имеют производство в Китае, встает вопрос, насколько закономерно называть PSI Trade Show европейской выставкой. Большой частью в выставке участвуют европейские фирмы, но присутствуют среди них и несколько азиатских.

Чемодан – неотъемлемый атрибут всех посетителей PSI.

Время от времени можно наблюдать, как за спиной у увлеченного очередной презентацией посетителя медленно и тихо переворачивается вверх тормашками его верный спутник и помощник в сборе информации, или в зоне отдыха проводится срочная ревизия содержимого с последующей попыткой закрыть чемодан, используя вес собственного тела. Зачастую попытка оказывается неудачной. Тогда операцию приходится повторять. Брошюры, буклеты, образцы снова извлекаются на свет и проходят еще более жесткий отбор. Увы, многие экспоненты так и не узнают, какая печальная участь постигла их информационные материалы еще до того, как потенциальные клиенты покинули выставочный павильон.



ЭТО ТО ОБЩЕЕ, что показалось мне, но есть ещё и частное, личное для меня: все прошлые годы я приезжал на выставку как посетитель, а в этом году впервые — как экспонент. За долгие годы работы в отрасли мне пришлось поучаствовать в сотнях различных выставок, в России и в других странах. Но тем не менее, умение немцев делать выставки поразило. Эффективно и просто составленный график заезда и выезда, правильно построенная логистика мероприятия в совокупности с лёгкостью решения возникавших по ходу каких-либо проблем, не могут сравниться с тем, что я встречал и продолжаю встречать в других странах. Вот куда надо отправлять представителей выставочных организаций и руководителей выставочных залов на обучение профессии! Выиграют от этого все.

Однако, не только организация, но также желание команды PSI собрать как можно больше посетителей в это нелёгкое для Европы время, заслуживают внимания и всяческой похвалы. После статистического снижения количества посетителей в прошлом году, они сделали всё для того чтобы в этом году экспоненты были довольны. Впервые за пятьдесят лет своей работы на выставку смогли попасть не члены PSI. Также впервые на выставку можно было пройти бесплатно! Это также может быть хорошим уроком многим организаторам подобных мероприятий — желание добиться своей цели любыми доступными методами, невзирая на амбиции и страх потерять лицо.



ПРЕДЛОЖЕНИЙ и вправду много. А вот оригинальных идей маловато. Компании-участников можно разделить на следующие крупные категории: промотекстиль, канцтовары, спортивные товары, сладости и упаковка. Конечно, среди экспонентов есть представители и других направлений промопродукции, такие как производители товаров для сада, кухонной утвари, деревянных изделий, игрушек, продуктов питания, – но процент их настолько незначителен, что теряется на общем фоне.

В условиях, где удивить чем-нибудь новым практически невозможно, каждый борется за клиента, как может. В ход идет все: бесплатный обед в обмен на необходимость выслушать информацию о компании и ее услугах, раздача образцов ударными порциями, интерактивные шоу, демонстрирующие товары в действии... Неизменно популярными в течение всей выставки остаются оборудованные под бар стенды с бесплатными алкогольными напитками.

Хотя, наверное, с утверждением, что удивлять клиентов нынче нечем, я поторопилась. К примеру, компания Swiss CowGold®, которая предлагает эксклюзивные подарки для VIP-персон, серии Objects d'Art. Вот уж кого воистину непросто удивить – так это тех, у кого все есть... А спорим, даже у тех, у кого есть все, конфет из высушенного коровьего навоза с вкраплениями чистого 24-каратного золота нет? Очищенное от грязи и примесей, сырье формируется в плоские кусочки одинакового размера и высушивается несколько дней на солнце, теряя до 90% своего веса. Производители утверждают, что после этого оно пахнет свежими альпийскими травами. Затем его перемалывают в ступке, смешивают с золотом до однородной массы, используя органический связующий материал, и выкладывают в формы, созданные художниками. Интересно, много ли находится желающих сделать такой подарок VIP-персоне, и еще интереснее, решается ли кто-нибудь из получателей его отведать.

Одно из нововведений 2014 года – PSI Catwalk – подиумный показ промотекстиля, часов, сумок и канцтоваров, сопровождающийся неизменными бесплатными напитками и легкими закусками. Организаторы, всегда вежливые и приятные в общении, с готовностью и пониманием откликаются на любой вопрос. «Команда PSI» патрулирует залы и холлы выставки, чтобы прийти на помощь в случае необходимости, угостить чем-нибудь вкусеньким или пригласить участников на очередное мероприятие. Например, на вечеринку после окончания работы выставки, с фуршетом и напитками, где экспоненты и посетители могут пообщаться в непринужденной обстановке.

И ВСЁ ЖЕ, несмотря на эти бравурные дифирамбы, выставка оставила не только приятные впечатления. Посетителей, несмотря на все старания сотрудников PSI, было мало. И хотя пост-релиз говорит об увеличении количества гостей выставки, по унылым лицам стендистов во второй половине дня и пустым коридорам (у меня есть много фотографий), этому трудно верить. Скорее всего, выставка теряет своё значение, как важная часть маркетинга. Если ещё десяток лет назад выставке практически не существовало альтернативы, то сегодня она имеет смысл лишь для новичков – будь они посетителями или экспонентами. Компании, нарабатывавшие солидные базы данных, больше не нуждаются в таком виде представления: почта, электронная и традиционная разнесут информацию о новинках и доставят их в офисы уже имеющихся дистрибьюторов. И поэтому понятно то, что к выставке потеряли интерес крупные компании, и на PSI в этом году не было стендов PF Concept, Senator, Klio Eterna, Prodir, Macma и т.д. То есть тех, без которых раньше это мероприятие было себе трудно представить. Видимо, общее снижение оборотов в отрасли сделало затраты на динозаврово гигантские стенды невозможным, а выступать более скромно не дают законы деловой этики.

Пострадали не только количественные показатели выставки, но, что более обидно, и качественные. Все поименованные и забытые в спешке компании, решившие не принимать участия в PSI, являются профессионалами высочайшего уровня, и они, во многом, определяли уровень самого мероприятия. Так же как и посетители их стендов. И несмотря на то, что я, представлявший на выставке коллекцию малоизвестных, новых пишущих инструментов должен был бы радоваться отсутствию откровенных лидеров, моих более сильных конкурентов, мне было почему-то грустно наблюдать за действиями бесчётных посетителей из Румынии и стран бывшего СССР и Югославии, явно приехавших на выставку впервые и желающих увезти с собой решительно все предлагаемые каталоги. Вспомнилась молодость и собственная неуёмная жажда информации. Да и уровень многих экспонентов оставлял желать лучшего. Недалеко от нашего стенда какая-то компания, например, раздавала посетителям ёмкости с полкорном. В результате в радиусе квадратного километра все урны были переполнены пустыми, полупустыми и полными картонными коробками с этим самым кукурузным лакомством. Люди, получившие такой "подарок", лишались работоспособности на длительное время, ибо в одной руке у них, как правило, была ручка от чемодана, а другая была занята этим злосчастным деликатесом. Смешно и больно было наблюдать как люди "клевали" прямо из коробок этот полкорн (руки-то заняты!), проходя мимо стендов с вероятно полезной для себя информацией. Трудно считать профессионалами тех, кто придумал такую идею, а организаторам выставки я обязательно посоветую обратить внимание в следующем году на то, насколько корректны действия экспонентов, и не мешают ли "гениальные задумки" работать тем, кто оказался поблизости.

И всё же, несмотря на мелкие неурядицы, выставка порадовала. Место на следующий год бронируем уже сейчас, а всех, кто в этом январе решил не ехать в Дюссельдорф, от души приглашаем посетить наш стенд в январе 2015-го.



PSI FOR FOUR HANDS
The largest European promotional products exhibition PSI Trade Show seen with the eyes of a visitor and an exhibitor, a novice and an experienced participant of the exhibition.