



ЛЕОНИД ПЧЕЛЬНИКОВ,
директор выставки
IPSA Рекламные Сувениры
www.ipsa.ru

5

вопросов МАПП профессионалу

1. Любое коммерческое предприятие должно постоянно обновляться. Выставка — не исключение, особенно такая, как IPSA, которая является главным бизнес-сувенирным форумом России. Какие новые проекты вы предлагаете участникам и посетителям вашей выставки в этом году?

Все нововведения, которые ждут экспонентов и посетителей IPSA в этом году, направлены на повышение интереса к выставке и укрепление её имиджа. Таких проектов у нас несколько. Так, впервые в истории выставки мы создали газету — IPSA Newsletter. Она будет распространяться по электронной подписке (всего — более 50 тысяч контактов) и на самой выставке — в печатном формате. Там будут и новинки от экспонентов, и интервью с участниками рынка, и интересные идеи; мы расскажем также и о конференции, которая пройдет в рамках IPSA. Одним словом, газета — это своеобразный гид по рекламно-сувенирному рынку и его участникам.

Ещё одно новшество — это путеводитель по выставке в удобном «карманном» формате с картой выставки, списком экспонентов и деловой программой. Кстати, впервые в истории IPSA на сайте выставки www.ipsa.ru появился онлайн-каталог экспонентов: теперь можно с помощью фильтра легко найти интересующую компанию и продукцию. Причем участники выставки IPSA могут редактировать информацию о своей компании через личный кабинет.

Если говорить ещё об интернет-проектах, то можно упомянуть социальные сети. Сегодня, на мой взгляд, они являются важной PR-составляющей, инструментом точечной рекламы, которая распространяется в геометрической прогрессии. Мы начали активную работу в Facebook, наша аудитория расширяется, это первый шаг.

Кроме того, к выставке выйдет мобильное приложение для смартфонов и планшетов, которое поможет посетителям и экспонентам лучше ори-

ентироваться на выставке и быть в курсе всего происходящего в режиме реального времени.

2. Одной из наиболее ответственных задач организатора выставки является помощь начинающим — тем, кто выставляется впервые. Что вы предлагаете «новичкам» вашей выставки? Как помогаете им удержаться и выдержать конкуренцию более опытных участников?

Этой осенью у нас рекордное количество новых экспонентов — около 70! Это уникальный шанс для посетителей как нигде еще увидеть в одно время и в одном месте все новые предложения рынка!

К новым экспонентам мы относим тех, кто впервые будет участвовать на выставке IPSA. Осень и тех, кто участвовал более трёх лет назад. Во-первых, чтобы заострить внимание посетителей на новых экспонентах, мы будем обозначать стенды «новичков» флажками NEW. Во-вторых (и это тоже новшество), для «новичков» разработана специальная программа, включающая ряд бесплатных рекламных возможностей — новости на сайте и в соцсетях, электронные рассылки по подписчикам и специальный раздел в нашей газете. Мы отмечаем новых экспонентов специальным знаком на плане выставки, в печатном и онлайн-каталогах, а также в путеводителе по выставке. Согласно опросам, которые мы проводим регулярно, посетителям зачастую хочется новых идей и продуктов, новых тем и обсуждений в деловой программе, поэтому наша задача — не только максимально сохранить опытных участников, но и привлечь новых.

3. В Европе много бизнес-сувенирных ассоциаций и выставок. Поддерживаете ли вы с ними контакты? Считаете ли для себя нужным и полезным сотрудничество с какими-либо компаниями из своего сегмента рынка?

Нашу выставку теперь поддерживает PSI — культовый проект в индустрии промосувениров, который также организует компания Reed Exhibitions. Теперь официальное название IPSA звучит как IPSA powered by PSI — IPSA при поддержке PSI. Уверен, такое сотрудничество благотворно скажется на имидже нашей выставки и российского сувенирного рынка в Европе, позволит расширить маркетинг на международной арене и выйти на международные СМИ.





Нашу выставку теперь поддерживает PSI — культовый проект в индустрии промосувениров, который также организует компания Reed Exhibitions. Теперь официальное название IPSA звучит как IPSA powered by PSI — IPSA при поддержке PSI. Уверен, такое сотрудничество благотворно скажется на имидже нашей выставки и российского сувенирного рынка в Европе, позволит расширить маркетинг на международной арене и выйти на международные СМИ. Сейчас PSI оказывает нам информационную поддержку, делает рассылки новостей на английском и немецком языках по Европе и миру. Более того, мы обсуждаем дополнительные возможности и бонусы для наших экспонентов. Нам очень важна такая поддержка и помощь: несмотря на то, что сегодня существуют некоторые сложности в международных отношениях, более 250 квадратных метров на IPSA этой осенью займут именно иностранные компании.

4. В России также существует, по крайней мере, две бизнес-сувенирных ассоциации, а также такие, в рамках которых действуют бизнес-сувенирные секции. Сотрудничает ли ваша выставка с ними? Какие конкретные проекты они помогают вам выполнять и какие задачи они ставят перед вами?

Безусловно, мы уже давно сотрудничаем с Международной Ассоциацией Презентационной Продукции, и на осенней выставке МАПП выступит в качестве Генерального партнера проекта.

Кроме того, в этом году мы начали совместную работу с НАРСИ — Национальной Ассоциацией Рекламно-Сувенирной Индустрии.

Впервые в истории выставки мы сотрудничаем с Ассоциацией Коммуникационных Агентств России (АКАР) и Российской Ассоциацией Маркетинговых Услуг (РАМУ). Обе

занимаются информационной поддержкой выставки и принимают участие в деловой программе.

5. Одним из важных инструментов современной выставки является наличие сильной деловой программы. Посетители наверняка оценят усилия организатора, если смогут не только ознакомиться с продукцией на стендах, но и получить важную и нужную для своей работы информацию от специалистов отрасли. Намечены ли такие мероприятия на выставке IPSA?

Во второй раз выставка пройдет под управлением Reed Exhibitions — мирового лидера в организации выставочных и конгрессных мероприятий, и во второй раз мы предлагаем посетителям и участникам насыщенную деловую программу. Второй раз нас поддерживает известный консультант, преподаватель Евгений Бойченко, который проведет авторскую конференцию в течение двух дней — 23 и 24 сентября. Его весенняя конференция получила множество восторженных откликов, она притянула к себе людей за счет живого общения, живых примеров, дискуссий, генерации новых идей. В этот раз экспонентов и посетителей IPSA ждет двухдневная интерактивная программа, включающая презентации, мастер-классы, круглые столы и выступления известных спикеров, среди которых Михаил Чернышев — директор по маркетингу компании Yota, Андрей Кулинич — известный тренер-консультант, и Александр Рукавишников — начальник управления маркетинговых коммуникаций департамента маркетинга ВТБ24.

Запланирована даже творческая мастерская в виде ролевой игры и тендера, имитирующего процесс заказа продукции для реально существующих компаний. Я уверен, что, как и в прошлый раз, конференция не останется незамеченной и будет иметь резонанс. ■

Во второй раз выставка пройдет под управлением Reed Exhibitions — мирового лидера в организации выставочных и конгрессных мероприятий, и во второй раз мы предлагаем посетителям и участникам насыщенную деловую программу. Второй раз нас поддерживает известный консультант, преподаватель Евгений Бойченко, который проведет авторскую конференцию в течение двух дней — 23 и 24 сентября.