

5 вопросов МАПП профессионалу



АЛЕКСАНДР НИКИТИН,
Главный по подарочкам компании
Главсюрприз

1. На фоне растущего скептицизма относительно эффективности выставок как части маркетинга современной компании крупнейшая европейская отраслевая выставка PSI продолжает ежегодно расти и даже увеличивать количество посетителей. Каково ваше мнение о работе, проводимой организаторами PSI? Должны ли, с вашей точки зрения, российские участники рынка посещать эту выставку?

На фоне евро, растущего чуть быстрее скептицизма, говорить, что российские участники что-то должны – цинично. Выставка – способ выдохнуть после сезона и вдохнуть перед новым. Мы любим сделать этот вдох-выдох на PSI. Но кто-то может набраться вдохновения и в Тайланде.

2. Как давно вы принимаете участие в выставке PSI? Как за эти годы изменилось ваше личное отношение к самой выставке и к экспонентам/посетителям?

Лет 15. Мы стали философами. Не найдем ничего – так выпьем. Вернемся, посмотрим старые каталоги, наверняка в прошлый раз что-то пропустили.

3. В 2014 году в PSI не приняли участия сразу несколько значительных компаний отрасли. Вы заметили их отсутствие? Вам это помешало? Остались ли вы довольны посещением? Поедете ли на PSI в 2015-м?

Мы уже приехали в Дюссельдорф довольные. Зарубежные коллеги это заметили и как-то сами подтянулись. Точно. Не было нескольких флагманов. Может и хорошо. Раньше в этих местах раздавали сосиски, и мы теряли кучу времени. А в прошлом году с толком поработали. Если серьезно, то те крупные компании,

о которых Вы говорите, имеют эксклюзивных российских представителей или вышли на наш рынок сами. С их продукцией мы можем познакомиться в Москве.

4. Как, с вашей точки зрения, повлияет на наш бизнес охлаждение отношений России с Европой? А конкретно на вашу деятельность?

Несколько месяцев назад мы оказались в Париже в винтажном магазине. Сперва нас пытались надуть. Потом напоить. Затем сильно напряглись, узнав, что мы из России. Спросили, что мы думаем о политике Путина? Мы сказали: думаем, что 15 евро - отличная цена за вон те 5 бокальчиков... А-а-а-а... протянули они... умеете Вы русские... Ладно, берите 6 за те же деньги...

А богемный парижский бож сказал нам: Вы – русские? Так что ж Вы так тихо говорите? Вас должны слышать! А вьетнамская дизайнерша рассказала нам, что только русские могут прийти покупать юбку, а обсудить искусство.

5. Экономика практически всех стран Евросоюза находится в состоянии, в лучшем случае, стагнации, а в части стран и вообще в кризисе. В России дела тоже обстоят не лучшим образом. Накануне Нового года, каким вы видите развитие нашего бизнеса в будущем году? Есть ли ещё место для оптимизма? А может быть, он никогда и не терялся?

Значит, Вы говорите про стагнацию, про кризис, про нелучшие времена и при этом спрашиваете, каким будет развитие?)) Надеемся, что развитие действительно будет и пойдет не вширь, а вглубь). Жирные времена – веки плющат. А голь - на выдумки хитра.



НИКОЛАЙ КОЗИН,
Председатель совета директоров группы компаний Ростр, Саранск

Собирался посетить выставку с 2011 г., но не складывалось, а в 2014 г. удалось. Понял, что ничего не потерял: я ожидал большего. Ростр - производственная компания, средняя. Мы ищем новое: направления, идеи, нестандартные вещи.

Этого нет и в помине – это Европа.

А крупным игрокам, я думаю, есть смысл: качество, объемы, стабильность поставок продукции.

В 2015 г. поездку не планирую.

Кризис он и есть кризис. Но как сказал кто-то из великих: "Кризис - это дополнительные возможности!"

Поэтому:

1. Выжить!
2. Использовать дополнительные возможности!!!
3. Надеяться на лучшее, но готовиться к худшему.



ВЛАДИМИР ШАРЫПОВ,
Глава Представительства СЕНАТОР в РФ,
Москва

1. На фоне растущего скептицизма относительно эффективности выставок как части маркетинга современной компании крупнейшая европейская отраслевая выставка PSI продолжает ежегодно расти и даже увеличивать количество посетителей. Каково ваше мнение о работе, проводимой организаторами PSI? Должны ли, с вашей точки зрения, российские участники рынка посещать эту выставку?

PSI – бесспорно крупнейшая выставка в Европе, честь ей и хвала.

Но спорным является ваша оценка, что она ширится и развивается. В моем представлении, участники несколько помельчали. Ушли крупнейшие экспоненты Midocean Group, PF-Concept, Маста и другие, создав конкурирующую выставку в Нюрнберге. Участников тоже вряд ли стало больше. Мне кажется, PSI немного проспала новые вызовы со стороны интернета, и понятное желание зарабатывать по максимуму подвело выставку. Так как я сторона заинтересованная, то конечно скажу: «Российские компании должны посещать эту выставку». Насколько это убедительно, судить уже им. Но по опыту предыдущих выставок наблюдается отток россиян после 2008 года.

2. Как давно вы принимаете участие в выставке PSI? Как за эти годы изменилось ваше личное отношение к самой выставке и к экспонентам/посетителям?

Принимаю участие с 2000 года, честно и не помню. Выставка мне всегда нравилась, особенно я умилялся, когда видел наряд полиции, изымающий с какого-нибудь китайского стенда подделки известных брендов, и думал, когда это будет возможно в нашей России, и впадал в неизбежную меланхолию. Выставка и экспоненты грамотно структурированы по ассортименту и отличаются от турецкого базара (по словам одного немецкого товарища), как часто у нас это можно наблюдать, когда все продают все. Размер выставки всегда впечатлял, обойти более 3-х павильонов за 3 дня мне никак не удавалось. Собственно PSI - это benchmark (предел мечтаний) для нашей ИПСЫ. Пару лет назад я предсказал, что все наши рекламные выставки отомрут как мамонты и появится одна, как собственно и сбывается с помощью текущей экономической ситуации. PSI также стала краеугольным камнем консолидации нашей отрасли, на котором объединились крупнейшие отечественные компании в отраслевую ассоциацию РАППС, первое заседание которой состоялось в пивной Schumacher.

3. В прошлом году компания Senator не принимала участия в PSI. Как это сказалось на вашем бизнесе? Вы что-нибудь потеряли от такого решения производителя, представителем которого вы являетесь?

Мы ничего от этого не потеряли, так как посетителей из РФ становилось ежегодно все меньше и меньше. Жаль лишь, что нарушилась какая-то добрая традиция, типа отмены вечернего чая в Англии. И, конечно, те немногие пилигримы, кто дошел из Москвы в Дюссельдорф, были не то чтобы огорчены, но обескуражены отсутствием любимых коктейлей и гостеприимного стенда Сенатор с яркими новинками. Стоило много сил уже дома в Москве их успокоить и утешить, а они в свою очередь обрадовали, что из других производителей ручек они тоже никого не видели.

4. Как, с вашей точки зрения, повлияет на наш бизнес охлаждение отношений России с Европой? А конкретно на вашу деятельность?

Охлаждения отношений со стороны Европы я как западник-русофил пока не почувствовал. Санкции - это плохо, тем более анти-санкции. Наш бизнес на 90% является прокитайским, то есть мы находимся в хорошем тренде с точки зрения геополитики. А если серьезно, то наступает холодная зима, и реклама как двигатель бизнеса становится невостребованной до весны. Но это будет хороший crash-курс для нашей отрасли на стрессоустойчивость. Все пока верят, что мы не провалимся в 2009-ый год, и все будет хорошо. В своей деятельности я буду делать больший упор на миссионерскую составляющую, что только качественные изделия СЕНАТОР спасут российский бизнес от рецессии и повысят лояльность партнеров, что прекрасно понимают наши партнеры.

Всем придется сделать СВОЙ ВЫБОР: или нам ближе Китай и его промо-продукция, или Западные ценности. От этого зависит будущее страны и каждого в отдельности.

5. Экономика практически всех стран Евросоюза находится в состоянии, в лучшем случае, стагнации, а в части стран и вообще в кризисе. В России дела тоже обстоят не лучшим образом. Накануне Нового года, каким вы видите развитие нашего бизнеса в будущем году? Есть ли еще место для оптимизма? А может быть, он никогда и не терялся?

По поводу состояния экономики Евросоюза я бы не стал беспокоиться, возможно Вы много смотрите телевизор... В будущем году нам придется консолидировать свой бизнес, сделать его стройным и возможно сесть на диету. Если позволите, расскажу маленькую притчу. В 2007-м году в одной рекламной компании из смежной отрасли я обнаружил наличие у менеджеров по продаже собственных помощников, и в дань уважения уму руководителя я очень загорелся этой идеей. Но наши менеджеры абсолютно неподобающим и, я бы сказал, дерзким образом по отношению ко мне, отвергли это предложение. И, не будучи сатрапом и диктатором, мне пришлось уступить. Какое же у меня было удивление, когда в 2009-м году я случайно узнал, что все менеджеры в этой уважаемой компании уже работают без помощников... Другой пример из жизни канцелярщиков: на складе уволили всех россиян и наняли мигрантов, что с одной стороны очень умно и позволяет сократить фиксированные затраты, но привело к лавине возвратов и огромным затратам на их обработку, так как не все мигранты знают, например, что Super Hit basic и Super Hit soft - это разные модели ручек. Так что товарищи, будьте бдительны и с сухомиятки не помрите! Оптимизм терять ни в коем случае нельзя, главное помнить, что у нас свой путь, и приходится жертвовать собой в борьбе с внешними и внутренними врагами ради достижения Великой Цели!



This time our "5 questions" column is about industry trade-shows problem. Our experts – Alexander Nikitin ("GlavSurprise" company representative), Nikolai Kozin (the chairman of board of directors of "Rostr" company group), Vladimir Sharipov (the head of "Senator" office in Russia) – assess the situation and make predictions for the upcoming PSI fair in Dusseldorf.