

Выставочный след осени 2014 года

Итоги «IPSA powered by PSI», «Реклама-2014» и «РИДО»

За текущий период мы слышали разные мнения экспонентов и посетителей относительно прошедших осенью отраслевых выставок в Москве и Санкт-Петербурге. Так как наша редакция имела возможность лично участвовать в каждой из них, мы решили подвести итоги сезона.

МАПП

Как вы знаете, журналы «Профессионал РСБ» и «Лидер МАПП» выходят из печати в основном к выставочным событиям, и любой желающий может получить наши издания на стенде МАПП. Свой экземпляр уносит с выставки каждый заинтересованный посетитель, оставивший свои контактные данные, а мы таким образом строим и пополняем нашу базу данных для всех, кто хочет быть в курсе новостей рекламно-сувенирного бизнеса. Предполагаем, что такое количество контактной информации не удастся собрать ни одному экспоненту, даже самому крупному.

Нас радуют высокий интерес к нашим журналам и открытая благодарность читателей! После выставок всегда переполняет ощущение значимости и важности нашего дела. И в такой момент всегда жаль, что мы освещаем лишь каплю событий в бизнес-сувенирном океане.

Выставки для нас – это поиск заинтересованных в сотрудничестве компаний, сбор данных для электронной и почтовой рассылки, встречи с коллегами и друзьями. Словом, живая связь с теми, кто работает в отрасли. Это и огромная, не побоимся этого слова, информационно-просветительская деятельность. Поэтому уважаемые коллеги, приглашаем вас к сотрудничеству! Давайте вместе преодолеем разрозненность бизнес-сувенирной отрасли и объединим ее хотя бы на страницах наших изданий! Выставки, журналы, интернет – это три кита вашего присутствия в отрасли, а значит и продвижения! Не каждый рынок сейчас может «похвастаться» таким набором инструментов. А у вас он есть!

Осенью мы приняли участие в трех основных рекламных выставках – «IPSA powered by PSI» и «Реклама-2014» в Москве, «РИДО» – в Санкт-Петербурге. Глядя на снимки собранного нами там контактного материала, несложно понять, какая из них занимает лидирующие позиции.





«РИДО»

Петербургский рынок, а значит и выставка, для нас очень важны, так как в Северной столице свежую информацию для базы данных МАПП мы можем получить сегодня только на «РИДО». Очень впечатлил новый «Экспофорум» – это современная и удобная площадка для выставки, на которую мы возлагаем особые надежды. По нашим данным, в этом году по сравнению с предыдущим возросло количество посетителей из рекламных и рекламно-производственных компаний. Однако многие корпоративные заказчики отметили, что хотели бы видеть больше экспонентов и бизнес-сувенирной продукции.

В этом году на «РИДО» было роздано более 500 журналов – рекордное количество для Санкт-Петербурга. Знаем, что организаторам пришлось непросто, но они сделали все возможное, чтобы привлечь больше заинтересованных посетителей. Хотелось бы отметить, что у таких небольших выставок есть определенные плюсы для экспонентов: посетители становятся более внимательными, они не перегружены информацией и каталогами, изучают все досконально. Жаль, что большая часть петербургских компаний, которые могли бы поддержать местную выставку, не принимают в ней никакого участия. Между тем, анализируя базу контактных данных, мы видим, что из Санкт-Петербурга на московские площадки едут немногие, а, судя по «РИДО», посетители хотят знать, какие новинки появились и где их можно заказать.

Мы считаем, что выставку «РИДО» удачно дополнили представленные на «Первую премию МАПП» изделия российских производителей бизнес-сувенирной продукции. Они вызвали живой, неподдельный интерес как у рекламных агентств, так и у корпоративных заказчиков. Таким образом, об участниках «Премии» узнали очень многие, а мы, в свою очередь, охотно делились их контактами со всеми желающими.

IPSA

Для нас выставка остается неизменным фаворитом. Мы рады, что сейчас ее ведет команда настоящих профессионалов! Хотелось бы напомнить всем скептикам, что под новым руководством выставка проходит всего лишь второй раз, но сделано уже очень многое. Этого невозможно не заметить. Поэтому теперь мы спокойны и уверены, что у нашей бизнес-сувенирной отрасли есть сильная и успешная выставка, с чем всех и поздравляем!

Добираться до выставочного центра «Крокус Экспо» стало еще удобнее. Единственное, для нас, как и для ряда экспонентов, которые просили нас заострить на этом внимание, проблему составляют сами процедуры заезда в «Крокус» и выезда из него. С каждым годом сделать это становится все сложнее и затратнее, тогда как в других выставочных комплексах все организовано намного проще и доступнее. Если когда-нибудь у дирекции IPSA появится желание сменить выставочную площадку, то, надеемся, что наш комментарий будет полезен.



IAPP editorial sums up the results of autumn session for promotional products industry trade-shows in Western Russia. IPSA, RIDO and Reklama-2014 trade-shows helped many companies to extend their contact network and to find new partners and clients. This season was successful for IAPP too: with "Professional" and "Leader" magazines more people have studied about the market.



Выставки – это праздник, но еще и огромный труд. Поэтому призываем всех экспонентов отринуть пассивность, быть только активными и заинтересованными!

Мы благодарим организаторов всех выставок за плодотворное сотрудничество, инициативу, взаимопомощь, открытость и желание работать с нами в команде.

С уважением, Редакция МАПП

«Реклама-2014»

Как всегда, прошла успешно! Организаторы выполнили свое обещание: в этом году выставка состоялась в огромном павильоне «Форум», что дало возможность разместить экспозицию на одном этаже (раньше выставка состояла из двух уровней). Этой осенью IPSA и «Реклама» совпали по времени проведения. Нам было достаточно сложно принимать участие одновременно в обеих выставках, но мы выполнили свои обязательства перед участниками МАПП и рекламодателями. По нашим сведениям, для посетителей такое совпадение было плюсом, так как они смогли побывать сразу на двух площадках, что было удобно, особенно региональным компаниям.

Состав посетителей на «Рекламе» и IPSA в своем большинстве разный. Те рекламные компании, которые приходят за технологиями на «Рекламу», как правило, интересуются и бизнес-сувенирной продукцией, но для половины из них это не основной вид деятельности, а дополнительное направление. Что касается корпоративных заказчиков, то как раз здесь они очень заинтересованы в информации о сувенирном рынке, так как по сравнению с IPSA «Реклама-2014» лишь отчасти может удовлетворить их «голод».

На наш взгляд, все осенние выставки дополняют друг друга, и сегодня в выставочной деятельности рекламно-сувенирной отрасли нет ни одного лишнего мероприятия.