



ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВА,
Директор Международной выставки промо-индустрии IPSA Reed Exhibitions (Russia)
www.ipsa.ru



Выставка – место встречи, которое никто отменить не может

Непростая экономическая ситуация на рынке рекламно-сувенирной продукции не отменяет задач по развитию бизнеса. В распоряжении компаний отрасли множество маркетинговых инструментов. Выставки – это один из ключевых элементов, IPSA – единственная в России и СНГ специализированная B2B-выставка сувенирной и промпродукции, товаров и услуг для продвижения и мерчандайзинга. Директор выставки Елена Алексеева рассказала, почему это мероприятие притягивает специалистов как магнит и какие дает беспрецедентные возможности для коммуникации с заказчиками.



Мы живём в удивительное время. Каждый из последних предыдущих годов можно смело назвать нелёгким. Как это отражается на вашей деятельности? Стало сложнее работать или легче?

В данном случае есть два подхода. Можно затаиться и ждать лучших времен, которые могут и не наступить. А можно развивать бизнес здесь и сейчас, инвестируя в его развитие. Мы на IPSA придерживаемся второго подхода и приглашаем наших экспонентов последовать нашему примеру.

Экономическая конъюнктура для всех одинаковая – и для вас, и для ваших конкурентов, таким образом мы все находимся в равных условиях. А задачи по работе и развитию компании никто не отменял.

На мой взгляд, те компании, которые занимают проактивную позицию, грамотно инвестируют в свое продвижение на рынке и в результате выигрывают у тех, кто не предпринимает ничего и затаившись ждет развития событий.

Сегодня часто можно услышать, что выставка изживает себя как формат маркетинговой политики предприятия. Что интернет, в частности, может заменить выставки. А что вы думаете по этому поводу?

На мой взгляд интернет и выставка – это не замещающие, а дополняющие друг друга мероприятия, в рамках маркетинговой стратегии микс. Считаю, что грамотное сочетание различных рекламных и маркетинговых инструментов приносит наи-

лучший результат, позволяет максимально охватить вашу целевую аудиторию.

Интернет, безусловно, очень эффективный инструмент. При выборе продукции по интернету ваш заказчик общается прежде всего с интерфейсом вашего сайта, а не с вами лично или вашими менеджерами. Как правило, такие продажи через интернет – транзакционные, то есть клиенты, заходя на сайт, уже четко представляют, что им необходимо.

Приходя на выставку, клиент общается непосредственно с Вами и с вашими сотрудниками и часто приходит в поисках новых идей и продуктов. Это скорее клиент, которому нужна консультация или новые идеи для реализации маркетинговой стратегии. При личном общении с клиентом можно продать больше и развить его лояльность, выстроить отношения. Также только на выставке вы можете встретиться с высшими руководителями, принимающими решение, у которых, как правило, нет времени заниматься поиском чего-то в интернете.

В подтверждение моих слов о комбинации инструментов – мы на IPSA тоже активно используем интернет-технологии для общения наших экспонентов с посетителями в течение всего года: у нас работает online-каталог, доступный посетителям на сайте www.ipsa.ru. Наши экспоненты могут разместить новость о себе в разделе «Новости на сайте». Также мы предлагаем использовать другие рекламные online-инструменты, такие как баннеры на нашем сайте, участие в рассылках по базам данных посетителей IPSA, которые постоянно обновляются. Это отличная возможность для экспонентов начать продвижение своей компании задолго до начала выставки, ведь посещаемость нашего сайта более 30 000 человек в месяц!



Что для вас как руководителя выставки IPSA? Как вы видите свою роль на бизнес-сувенирном рынке?

Наша роль – объединяющая и развивающая для всего бизнес-сувенирного рынка, как сейчас принято говорить, роль интегратора и консолидатора.

Мы работаем, чтобы создать условия для встречи и продуктивного бизнес-взаимодействия для всех участников отрасли: производителей, поставщиков и их заказчиков – рекламных агентств, рекламно-производственных компаний, дистрибуторов, ритейлеров и корпоративных клиентов.

Ведь на сегодняшний день IPSA – это единственная в России и СНГ специализированная B2B выставка сувенирной и промпродукции, товаров и услуг для продвижения и мерчандайзинга.

Сейчас крупные компании бизнес-сувенирного рынка предпочитают проводить маркетинговые мероприятия самостоятельно: встречаются со своими заказчиками (дилерами), приглашают их в поездки, проводят обучение. Такие действия в рамках одной компании являются, безусловно, более эффективным вложением денег, по сравнению с участием в выставке. Что вы можете противопоставить такому подходу, какие решения? И вообще, считаете ли вы эффективность использованных средств единственным критерием оценки полезности?

Я за грамотное использование различных инструментов для продвижения компании. И не нужно их противопоставлять.

Все мероприятия – дилерские конференции, роад-шоу, участие в выставках, интернет-активность, билборды и наружная реклама – не взаимоисключающие, а дополняющие друг друга в рамках маркетинговой стратегии компании. У них различные цели и задачи, различный охват аудитории.

Выставка – это место встречи всех игроков рынка промоиндустрии, наилучшее место для презентации новинок и обсуждения актуальных задач отрасли.

Для крупных компаний это еще и имиджевое мероприятие, место общения с бизнес-сообществом, продвижение новых каталогов и брендов. Для средних и небольших компаний это, пожалуй, единственная возможность получить мощный толчок развития бизнеса, найти новых заказчиков.

Я не соглашусь с вашим суждением, что мероприятия в рамках одной компании более эффективны, чем выставка, так как ни один даже самый крупный игрок индустрии не способен привлечь в течение трёх дней 5 000 посетителей и потратить на мероприятие миллионный бюджет для привлечения посетителей, как это делает IPSA. Ведь Reed Exhibitions – крупнейший мировой организатор выставок с 50-летним опытом работы во всем мире.

Кстати, мы заметили, что даже если компания по каким-то причинам не участвует в очередной IPSA, то их руководство и сотрудники обязательно ее посещают. Это подтверждает, что IPSA – магнит для всей отрасли и дает беспрецедентные возможности для коммуникации с заказчиками и другими поставщиками, коллегами – это место, где встречаются все.

Следующий год – год юбилейной выставки IPSA. Готовите что-нибудь особенное для экспонентов? А для посетителей?

Да, осенью будет уже 30-я выставка IPSA! Это юбилей не только выставки, но и отрасли в целом!

Так что отмечать его будем все вместе. Приглашаем всех старых партнеров и новых игроков рынка к нам присоединиться. Кстати, в этом году продажи мест на выставке IPSA Осень 2016 мы начали заранее, так что спешите занять лучший стенд.

Также ждем всех на 29 выставке IPSA Весна 2016, которая состоится уже совсем скоро, с 15 по 17 марта. Это отличная возможность получения новых контактов и заказов для всех видов корпоративных, развлекательных и промомероприятий в грядущем весенне-летнем сезоне. Сейчас у нас действует специальное предложение по единой цене на любое место на выставке IPSA Весна 2016, вне зависимости от расположения стенда, которым многие компании уже воспользовались.

Также планируется обширная конференционная программа с участием ведущих игроков и экспертов отрасли.



Difficult economic situation on the promotional products market doesn't negate the necessity of business development. Companies has a lot of marketing tools at their disposal. Trade-shows are among the key solutions, and IPSA is the only specialized B2B trade-show of promotional products, goods, services and merchandising in Russia and CIS. The trade-show director Elena Alekseeva has told, why this event is a magnet for industry specialists, and what unexampled opportunities IPSA provides in communication with customers.