

# Технология успеха. Рекламный навигатор

*«Рекламный навигатор предназначен для судов-фирм различного капитало-измещения, бороздящих воды рыночного пространства...»  
Из Устава лоцманской службы «АДП Реклама.ру»*

## Выставочный сервис «под ключ» = точка продаж Я люблю тебя, выставка

Любовь к проведению и участию в крупных международных выставках всегда отличала российского предпринимателя. Отличала даже тогда, когда само слово «предприниматель» из общеупотребительного лексикона было исключено, оставаясь лишь неким ругательно-порицательным термином в применении к мировому империализму. Вероятно, любовь к выставкам можно объяснить щедрой натурой нашего человека и неистребимой жаждой праздничного светлого безделья, обуревающей его мятущуюся и малопопятную чужеземца душу.

### «Все флаги в гости...»

Сегодня, после полутора десятилетий бурного развития, появились российские выставочные площадки, полностью соответствующие международным стандартам. К таковым можно отнести и наш любимый Экспоцентр, что на Красной Пресне, и питерский Ленэкспо. Вновь отстроенный «москвич» «Крокус-Экспо» изначально являет собой современный и гармоничный выставочный комплекс. Выставочная площадка в Сокольниках, а также некоторые павильоны ВВЦ вплотную приблизились к лидерам. Существующий план развития ВВЦ сулит всем нам в недалеком будущем получить потрясающую по площади и технологической оснащенности выставочную территорию, на зависть всей Европе.

Прежде иностранные компании, участвовавшие в наших выставках, делали выставочные стенды и все сопутствующие рекламные продукты у себя. Сейчас такое встретишь нечасто. Растут и совершенствуются не только выставочные площадки, но и специалисты по выставочным технологиям. И профиль немецкий «Октанор», из которого прежде делали стенды, теперь можно безболезненно заменить качественным профилем из Москвы, Питера или Казани. Теперь, по рекомендациям российских партнеров, заморские гости все чаще обращаются к отечественным рекламистам и остаются весьма довольны результатом.

### Все пропьем, но флот не опозорим?

Изменилось и отношение российских деловых людей к выставкам и участию в них. Постепенно уходит в прошлое пресловутое российское желание удивить весь мир. На собственных и, очень надеемся, на чужих ошибках российские компании убеждаются в том, что самые дорогие, красивые и оригинальные решения выставочных площадей могут не принести никакой пользы, если забыть об основной цели, для которой и создается вся эта роскошь и красота. Жесткая конкуренция, теснящие иностранные торговые гости, поднареввшие в выставочном бизнесе, заставили отечественных производителей и оптовиков увидеть главное: выставка – это торг.

### Точка продаж в точке кипения

Выставка – прекрасная возможность познакомиться

большое число отечественных и зарубежных коллег и конкурентов со своей компанией. Продемонстрировать уровень развития своего бизнеса, качество своих товаров и услуг. Заинтересовать эксклюзивными предложениями. Заключить долгосрочные договора с оптовыми покупателями, дилерами, иностранными партнерами. Продвинуть новинки на свой сектор рынка и потеснить конкурентов. Все эти множественные задачи, от которых начинают вскипать мозги, можно объединить одним словом. Словом-целью. Словом-знаком. Это слово – «продать». Продать товар, продать услугу, продать технологию, продать репутацию... Не вызывает сомнения, что к своему выставочному стенду правильнее всего относиться как к точке продаж. А вот цена каждой покупки в этой Точке продаж дорогого стоит и обеспечивает развитие и процветание компании на много месяцев, а может быть, и лет вперед.

*Точка продажи – она же точка покупки! Может быть правильнее ее называть именно так, тогда всем станет понятно: каждая попытка продажи может закончиться покупкой!*

### Один в море не воин...

Добиться настоящего успеха в продажах можно только при соединении усилий производителя и дистрибьютера. Эту нехитрую истину поняли многие. Однако, мы скромно добавили бы еще один необходимый ингредиент, еще одну составляющую успеха, без которой современный рынок существовать не может, как бы он этого не отрицал и что бы по этому поводу ни говорил. Этой составляющей является рекламист, причем он тоже не в единственном числе, а в хорошей, креативной и профессиональной команде. Ведь реклама – занятие коллективное, и один в поле, то есть в море, не воин.

### Позвольте представиться: команда лоцманского судна

Не верьте гениальным одиночкам! Они могут быть супергалантливы, но вот оборудовать Ваш выставочный стенд (он же, как мы убедились – точка продаж) «под ключ» один человек не в силах. Для этого нужен коллектив, например такой, как команда Вашего лоцманского судна – «АДП Реклама.ру». В составе команды – дизайнеры, креативщики, копирайтеры и прочие творческие люди. За ними – идеи, выбор цветов, форм, слов. Но кто-то должен подсказать технологические решения, просчитать стоимость мечты, найти подходящие материалы для воплощения грандиозного замысла. Для этого в команде «АДП Реклама.ру» имеются полиграфисты, инженеры, технологи, словом те, кто обеспечивает воплощение рекламного замысла в реальный рекламный продукт. В сформировавшемся коллективе каждый дополняет друг друга.

*«Ой, Вы гости-господа! Долго ль ездили, куда?» – вопрос к фирме, которая пользовалась услугами другой РА, а теперь обратилась за срочной помощью в «АДП Реклама.ру»*

Бывает, что к нам приходят клиенты, которые еле-еле держатся выше ватерлинии. А все из-за того, что плодотворная рекламная идея на практике потребовала сумасшедших затрат. Часто им удается помочь, даже сохранив полюбившуюся концепцию. (Стоит отметить, что мы всегда готовы бросить спасательный круг и выслать шлюпку с нашими лучшими матросами на помощь терпящему бедствие кораблю

– прим. Капитана). Вообще, если вместе с дизайнером работает команда технической поддержки, можно сделать стенд (читай – Точку продаж) очень красиво, и вовсе не так уж дорого. Как-то мы делали огромные воздушные шары из китайских бумажных абажуров. А оригинально покрашенные гофрированные трубы для сантехнического оборудования в руках наших умельцев превратились в старинные восточные колонны. Бизнес, в котором мы работаем, очень интересен. Здесь ничто не повторяется, нет шаблонов. В нашем последнем проекте – открытие конькобежного комплекса в Крылатском – мы занимались системой навигации по комплексу (таблички, указатели и пр.). Для нас это естественно, мы же лоцманское судно! Вначале был тендер, и мы его выиграли, потому что предложили совершенно новое решение. А все потому, что использовали материалы, которые только появились на рынке. Что ж, настоящим морским волкам нужно постоянно держать руку на пульсе. Ведь лоцманский корабль всегда несет ответственность за того, кого ведет в порт. При этом необходимо учесть все: и встречный высококонкурентный ветер, и высокую финансовую волну и водовороты организационных сложностей, да мало ли что еще...

### Командовать парадом будем мы

Это будет парад удачных идей, добрых советов и хороших возможностей...

Конъюнктура рынка рекламных услуг изменчива. Рейтинг тех или иных видов рекламы то растет, то резко идет вниз. Однако какими бы средствами рекламы Вы не пользовались, какие рекламные технологии не поражали бы Ваше воображение, необходимость грамотно оформить точку продаж, выделить ее из множества других, заинтересовать потенциального покупателя, заинтриговать, привлечь его благожелательное

внимание – это то, что Вам совершенно необходимо для успешного плаванья в водах рыночного моря. А мы, как настоящий лоцманский корабль, постараемся безопасно провести Вас по этим водам, снабдив полезной информацией, которая очень пригодится Вам сразу по прибытии в порт Конкурентной Борьбы.



*Лоцманский корабль одинаково успешно проводит в порт гигантские нефтеналивные танкеры, мощные сухогрузы с солидным капиталом и небольшие рыбацкие суда-фирмы, которые в не меньшей степени достойны успешного плаванья в беспокойных водах Рынка. ●*



# expro | Reclama.ru

выставочный сервис

www.exporeclama.ru | www.reclama.ru | www.gigant.ru  
 тел: (095) 234-58-88 | e-mail: info@reclama.ru

ВЫСТАВОЧНЫЙ СЕРВИС ПОД КЛЮЧ