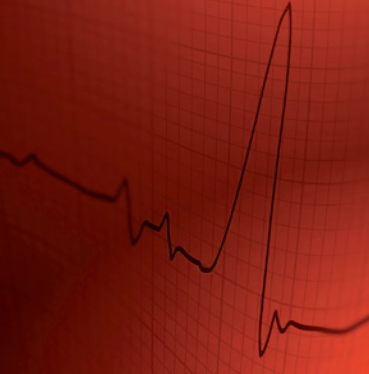
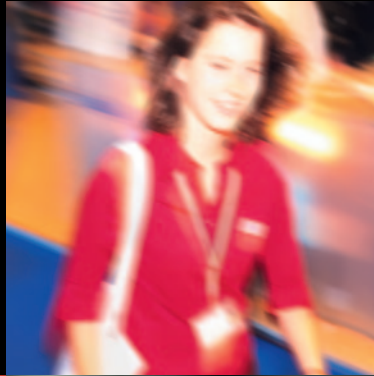




РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

Выставки работают

Пакет сильных экономических маркетинговых решений для бизнеса



Выставки

Нет более прямого инструмента для развития бизнеса

Эффективный элемент маркетинг-микса

Продаете ли вы заводы или пирожки, чем лучше вы знаете своего потребителя (и чем лучше ваш потребитель знает вас) тем с большей вероятностью вы осуществите свою первую продажу, и тем вернее за ней последуют все более прибыльные сделки.

Если бы пришлось создавать с нуля маркетинговый инструмент, наилучшим образом подходящий для развития взаимоотношений такого рода и для удержания клиентов, он бы получился удивительно похожим на выставку – самую прямую из всех когда-либо существовавших форм прямого маркетинга.

Ведущие маркетологи практически любой сферы деятельности уже давно знают, что правильно подобранная выставка – это единственный маркетинговый инструмент, который:

- Приводит к вам наиболее активных перспективных клиентов и потребителей.
- Позволяет продемонстрировать продукцию, ответить на вопросы, провести работу с возражениями и встретиться с вашим рынком лицом к лицу.
- Задействует все пять органов чувств, что позволит хорошо запомнить передаваемую вами информацию.
- Дает возможность работы по всем направлениям маркетинга: от долгосрочного развития бренда до непосредственных продаж; от исследования рынка до публикации информации в СМИ; от запуска новых продуктов до стимулирующих мероприятий для лояльных клиентов; от информирования перспективных клиентов до сбора контактной информации потенциальных клиентов.

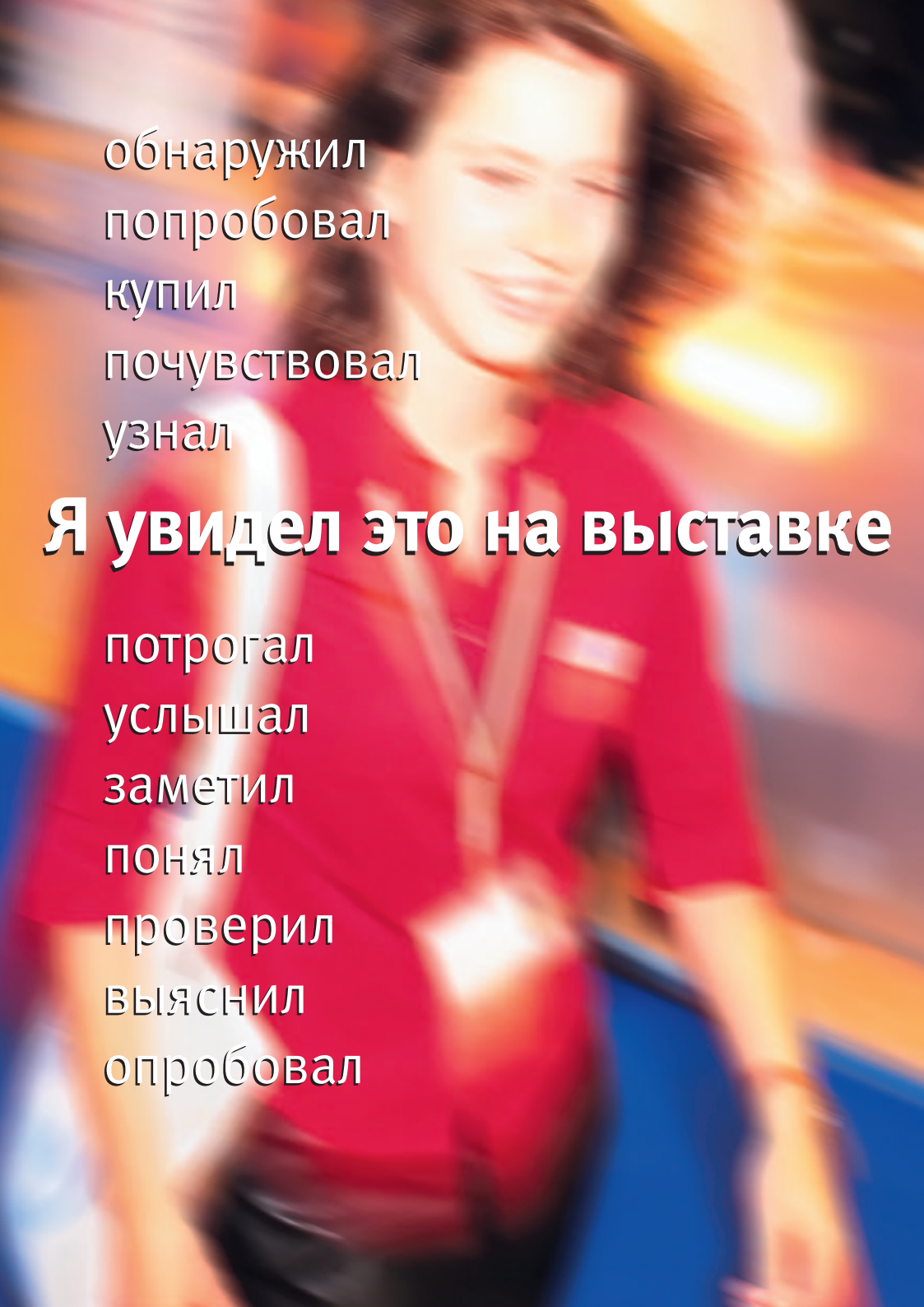
И это только немногие из существующих маркетинговых задач, которые выставки (и только выставки!) помогают решить достаточно экономично. Конечно, выставки – это только один из элементов комплекса маркетинга. Но самый эффективный.

Важен ли маркетинг «лицом к лицу»?



Согласно исследованиям, 87% маркетологов считают маркетинг «лицом к лицу» важным для своей компании.

(ИСТОЧНИК: BENCHMARK RESEARCH, AEO, 1999)



обнаружил
попробовал
купил
почувствовал
узнал

Я увидел это на выставке

потрогал
услышал
заметил
понял
проверил
выяснил
опробовал

Маркетинг «с глазу на глаз»

Не позволяйте ничему встать между вами и вашими потенциальными клиентами

Если дело касается общего качества маркетингового взаимодействия, ничто не сравнится с выставкой. Вы когда-нибудь видели, чтобы ваша печатная реклама обратила убежденного скептика в человека, продвигающего ваш товар? Видели, чтобы изначально негативно воспринятый радиоролик все же перерос в покупку рекламируемого товара?

«Выставки – ключевой элемент нашей работы по запуску нового бренда оправ для очков. Ни один другой инструмент не даст нам возможности встретиться с огромным количеством потенциальных клиентов лицом к лицу... кроме как разъезжать по всему миру и стучаться в их двери».

ПЕТЕР БУФ, BOOTH & BRUCE (АНГИЛИЯ)

«Выставка была естественным местом для запуска нашей линейки Nivea For Men. Борьба с мужской антипатией к средствам по уходу за лицом и телом можно только при личном общении».

ДЖО ЭДВАРДС, СТАРШИЙ ПРОДАКТ-МЕНЕДЖЕР NIVEA FOR MEN

«Вы не найдете лучшей возможности донести ваше сообщение до потребителя, чем выставка. Вы проводите долгие месяцы, размещая рекламу и отправляя почту, а тут – вот он, ваш клиент прямо перед вами... наконец-то маркетинг получает человеческое воплощение».


АРНОЛЬД ВИНК, РУКОВОДИТЕЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, XEROX ENGINEERING SYSTEMS

Факт!

Отвечая на вопрос, в каких аспектах выставка более эффективна, чем другие инструменты маркетинга, специалисты по маркетингу отметили:

- Личное (лицом к лицу) общение
- Взаимодействие с людьми
- Встреча с перспективными клиентами
- Демонстрация продукции
- Прямые коммуникации
- Высококачественные коммуникации

(ИСТОЧНИК: BENCHMARK RESEARCH, AEO, 1999)

A man in a dark suit, light blue shirt, and red patterned tie is speaking to another person whose back is to the camera. The man is gesturing with his hands as he speaks. The background is a blurred trade show or exhibition hall.

«Мы используем выставки, чтобы встретить большое количество наших постоянных и потенциальных клиентов из Великобритании и из-за рубежа в одном месте за несколько дней. Это очень ценный инструмент».

СИЛЬВИЯ ВОРМЭН, XTOL (ELECTRONIC RESPONSE SYSTEMS)

«Выставки занимают важное место среди используемых нами инструментов маркетинга – и являются единственным из них, позволяющим продемонстрировать потенциальным клиентам нашу продукцию – автопогрузчики. Кроме того, мы используем выставки для того, чтобы попасть на страницы крупных специализированных журналов»

БОБ ХЕЛБЕРТ, LANSING LINDE

Концентрированный маркетинг

Встреча с активными заинтересованными клиентами

Задумайтесь о ваших самых перспективных клиентах. Что является для них наиболее ценным ресурсом? Их время. Вот почему на рынках business-to-business так сложно договориться о встрече с ними. На потребительском рынке покупатели тратят свое свободное время, которое, возможно, еще более ценно.

Учитывая ценность времени для покупателя, какой вывод мы можем сделать в отношении потенциальных клиентов, затрачивающих целый день для посещения выставки? Что они мотивированы. Что у них есть причина здесь быть. Что они серьезные покупатели и активно настроены покупать.

В этом сила выставок: ни один другой инструмент не способен в такой высокой степени сконцентрировать ваши маркетинговые усилия на наиболее активных в данный момент покупателях на вашем рынке.

Лица, принимающие решения, предпочитают торговые выставки

Самый полезный источник получения информации:



(ИСТОЧНИК: SIMMONS MARKET RESEARCH. ОПРОС ПРОВЕДЕН ЦЕНТРОМ ИССЛЕДОВАНИЙ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ, США)

Многоцелевой маркетинг

Какими бы ни были ваши цели, выставки помогут в их достижении

Выставки являются необычайно многоцелевым маркетинговым инструментом, поскольку отражают рынок определенной отрасли в конкретном месте и в конкретное время, собирая вместе поставщиков, покупателей, специалистов, влияющих на принятие решений, консультантов и СМИ.

Вывести на рынок новый продукт, получить освещение деятельности в СМИ, повысить узнаваемость бренда, найти новых и сохранить существующих клиентов – решить все эти задачи одновременно вам поможет выставка.

Опрос, проведенный среди специалистов по маркетингу показал, что выставки эффективны при решении широкого спектра задач.

Выставки эффективны для:

- Личных продаж потенциальным покупателям.
- Создания и расширения баз данных потенциальных клиентов.
- Поддержания отношений с существующими потребителями.
- Изучения рынка.
- Поиска новых клиентов.
- Демонстрации товаров или услуг.
- Широкого освещения в прессе.
- Повышения известности брэнда.
- Выпуска нового товара на рынок.
- Позиционирования компании в качестве лидера рынка.

(ИСТОЧНИК: BENCHMARK RESEARCH, AEO, 1999)

«Выставки помогают нам заключить большое количество новых договоров, повысить наш авторитет и продемонстрировать весь спектр предлагаемых нами услуг. Выставки – это многофункциональный инструмент»

ПИППА МЭЛЛИНСОН, OCS GROUP

Экономически эффективный маркетинг

Результаты работы на выставках можно оценить

Времена, когда выставки воспринимались как возможность «помахать флагами», давно прошли. Сегодня хороший маркетолог ждет от выставки значительной окупаемости инвестиций – в измеримых критериях, например, в затратах на привлечение одного потенциального клиента и затратах на одну сделку. Многие также отслеживают эффект от каждой выставки через три, шесть и двенадцать месяцев (ведь даже один новый клиент может быть для вашей компании чрезвычайно ценным в течение многих лет).

Факт!

80% посетителей выставочных мероприятий имеют целью приобретение продукции или услуг во время выставки. А 29% изучают ассортимент возможных закупок исключительно на выставках.

(ИСТОЧНИК: ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫСТАВОК БРИТАНСКОЙ АССОЦИАЦИИ ОРГАНИЗАТОРОВ ВЫСТАВОК (АЕО), 1999)

«Основной формой маркетинговой работы для поиска потенциальных клиентов, включающей рекламу, PR, телемаркетинг и продвижение через интернет, является участие в выставке. Участие нашей компании в выставках всегда очень эффективно»

ЗОЕ АЛЛАН, JBA

«Близкий контакт с тур-агентами и потребителями – вот что значит выставка для нас. Мы используем выставки, чтобы сформировать у людей представление о нашем туристическом направлении. Выставки помогают нам привлечь отдыхающих к нам, на Багамские острова. И в этом выражается наша оценка успеха».

ТОММИ ТОМПСОН, BAHAMAS TOURIST OFFICE

«Выставки – это экономически эффективный способ демонстрации образцов продукции целевым клиентам».

ПОЛА ПЭТМОР, J.A. SHARWOOD & Co

Рациональный маркетинг

Выставки выгодны для бизнеса

Никогда прежде маркетологу не было доступно такое количество маркетинговых инструментов. Некоторые из них намеренно подчеркиваются как интерактивные, но что может быть более интерактивным, чем живое общение?

Другие позиционируются как «открытые», но что может быть более открытым, чем встреча лицом к лицу?

Основным качеством третьих инструментов является их концентрация на целевой аудитории. Однако ни один из них не может вывести вас на выборку активных покупателей.

Выставка не заменит всех маркетинговых инструментов. Но она – это вершина маркетинговой пирамиды, дающая возможность личного взаимодействия с реальными покупателями, в отличие от остальных инструментов.

Вы ознакомились с аргументами. Вы узнали, что думают маркетологи известных компаний. И вы видели данные исследований. Теперь пришло время остановиться и подумать: используете ли вы самый мощный инструмент маркетинга в достаточной мере?

Дополнительную информацию по выставкам в России, а также информационно-обучающие материалы по максимально эффективному участию в выставках (включая практические советы) вы можете получить в Российском союзе выставок и ярмарок по телефону (831) 277-56-95 или на сайте Союза www.uefexpo.ru.

Выставки

Нет более прямого инструмента для развития бизнеса

Информация о РСВЯ

Российский Союз выставок и ярмарок (РСВЯ) – объединение ведущих выставочных компаний России, а также представителей выставочного бизнеса Молдовы, Украины, Литвы.

Наши члены стараются сделать выставки эффективными для экспонентов и посетителей, придерживаясь высочайших стандартов услуг, что подтверждается присвоением мероприятию Знака РСВЯ. Если вы видите, что выставка отмечена Знаком РСВЯ, вы можете быть уверены в ее качестве.

РСВЯ предлагает членство для организаторов выставок, выставочных комплексов, сервисных фирм и ассоциаций. Дополнительную информацию вы можете получить по телефону (831) 277-56-95, электронной почте info@uefexpro.ru или на сайте Союза uefexpro.ru.

РСВЯ выпустил также буклеты в помощь экспонентам «Как участвовать в выставке с максимальной эффективностью» и «Как оценить эффективность участия в выставке», кратко рассказывающие о том, как наилучшим образом использовать все возможности, предлагаемые выставками, и оценить результаты участия.

Дополнительные материалы и рекомендации размещены на сайте РСВЯ www.uefexpro.ru в разделе «Экспонентам».





РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

РСВЯ – Российский союз выставок и ярмарок
Россия, Нижний Новгород, ул. Совнаркомовская, 13, оф. 221
Тел./факс: (831) 277-56-95, 277-56-80
E-mail: info@uefexpo.ru, www.uefexpo.ru



UFI – the Global Association of the Exhibition Industry
35bis, rue Jouffroy D'abbans F-75017 Paris France
Тел. +33 (0) 1 42 67 99 12, факс +33 (0) 1 42 27 19 29
E-mail: info@ufi.org