

Выставочная площадка

Грамотно организованная выставочная площадка – хороший инструмент для продвижения товаров и услуг. Строительство и сфера красоты, IT и ресторанный бизнес активно реализуют свои маркетинговые стратегии на подобных мероприятиях.

Организация выставок – прибыльное дело, особенно, если предприниматели готовы платить за презентацию своих товаров и услуг. Демонстрационные площадки различаются по темам предлагаемых товаров и услуг, технологиям сооружения, и продолжительности функционирования. Выставки могут быть организованы как в режиме pop up, то есть на некоторое время, так и в виде постоянной локации для проведения различных событий.

Какой должна быть выставочная площадка

Параметры выставочной площадки зависят от организуемого маркетингового мероприятия, сферы деятельности компаний, презентующих товары и услуги, а также от целевой аудитории выставки.

Целью выставки для розничного потребителя является знакомство розничного потребителя с товарами и услугами, а также продвижение бизнесов в определенной сфере.

Первое и основное требование – проходимое место, где удобно организовать парковку, и возможен проезд общественным транспортом. Проходимость актуальна для сфер красоты, моды, здоровья.

Второй критерий – удобное расположение экспонатов, возможность организовать подход к каждой экспозиции, даже в условиях загруженности людьми и большого количества различных событий на одной площадке.

Третий – наличие банальных удобств для людей, мест для отдыха, соблюдение всех санитарных условий. «Розничные» выставки, сопряженные с распродажей товаров и услуг обычно очень людны и многочисленны, и площадка должна быть готова к приему большого количества посетителей.

Выставки для розничного потребителя рекомендуется устраивать в больших помещениях, чтобы обеспечить свободный проход между площадками. При организации события в торговом центре имеет смысл арендовать место со сценой в свободном пространстве для проведения конкурсов, викторин и лотерей, сопутствующих мероприятию.

Промышленные выставки должны быть достаточно проходимыми и проводиться на территориях, позволяющих разделить выставку на тематические зоны. Организация пространства должна быть такой, чтобы участники могли развесить свои баннеры и другие рекламные материалы, ведь часто образцы не являются исчерпывающим «товаром» на выставке.

Необходима особая зона для обмена контактами и заведения партнерских отношений. Хорошо зарекомендовала себя в практике «стена контактов», где менеджеры строительных компаний могут оставить свои визитки.

На выставке в сфере технологий, промышленности и сельского хозяйства организация пространства зависит от того, что именно представляется на выставке. Экспонаты в области тяжелого машиностроения, например, требуют значительных площадей выставочного помещения. Различные технологии, напротив, могут быть представлены образцами и не требуют такого размаха, но выставка должна иметь хорошую мультимедийную поддержку, и допускать проведение презентаций в цифровом формате.

Выставки в сфере ИТ – это событие смешанного формата – выставка и конференция специалистов на одной площадке. Требуется мультимедийная поддержка и хорошая организация места для выступлений. Обязательно функционирование Wi-Fi, и экранов для презентации.

Технологии сооружения выставочных площадок

Технологий сооружения выставочных площадок несколько.

На практике используются как отдельные решения, так и их гибриды:

- возведение конструкций для проведения выставки на время, под открытым небом, или в выставочном здании, при этом проводятся такелажные работы за счет экспонентов. Обычно перед началом их владельцы проводят обучение по вопросам правильной организации выставки;
- использование различных решений для быстрого монтажа, например, возведение временных павильонов в летнее время под открытым небом, организация выставочной площадки в черте какого-либо развлекательного комплекса и т.д.

Непосредственный монтаж конструкций могут осуществлять как нанятые на началах аутсорсинга компании, так и персонал, работающий в выставочном центре. Часть работ может отводиться работникам экспонентов. Обычно проводят обучающие семинары для сотрудников, принимающих участие в выставке впервые.

Требования к выставочным площадкам

Конкретные требования зависят от статуса выставки, и презентуемых на ней товаров и услуг. Международные выставки, предполагающие участие иностранных компаний, должны обеспечить возможность перевода информации для сотрудников из-за рубежа, и эффективных коммуникаций. Маркетинговые мероприятия международного формата обычно организуют в центре города, на выставочной площадке с высоким статусом и большим опытом проведения мероприятий. Такие выставки проводятся в месте, расположенном рядом с крупными гостиницами и бизнес-центрами города.

Небольшие и региональные выставки менее требовательны к статусу помещения. Но необходимость разместить всех участников выставки так, чтобы обеспечить

эффективные маркетинговые коммуникации остается первоочередной задачей организаторов.

Требования к площадкам делятся на условия, предъявляемые к самому помещению, к возможности монтажа дополнительных конструкций, и к коммуникациям, включая интернет и средства связи.