



**Николай Карасев** – генеральный директор АВК «ЭкспоЭффект», автор практического пособия «Как получать от выставок максимальную выгоду», ведущий самого посещаемого в России семинара для экспонентов.

## Выставки или интернет? Выставки + интернет!

В эпоху бурного развития средств коммуникаций и интернета передавать информацию и устанавливать деловые контакты на расстоянии становится всё проще и удобнее. В этой связи существует мнение, что в скором времени деловые выставки могут потерять ценность как средство развития бизнеса.

Для компаний, продвигающих товары или услуги, интернет обладает рядом безусловных преимуществ. К ним можно отнести:

- широкий географический охват аудитории;
- неограниченное время воздействия (24/7);
- наличие инструментов оперативного контроля;
- относительно невысокую стоимость и лёгкость использования;
- возможность изучать и проникать в социальную и профессиональную среду, получать обратную связь.

Тем, кто заинтересован в поиске поставщика товаров или услуг, интернет предлагает:

- огромный выбор предложений;
- возможность использовать для сбора информации различные независимые источники;
- отсутствие временных и географических ограничений;
- лёгкость и низкую стоимость использования.

Всё это, однако, не означает, что для установления деловых отношений необходимость в личном контакте полностью отпадет. **Формат живого общения будет востребован до тех пор, пока люди будут оставаться людьми.**

Мы можем обмениваться информацией и контактировать через интернет, однако, узнать кого-то по-настоящему можно только пообщавшись вживую. Доверительные отношения устанавливаются гораздо быстрее, когда люди могут встретиться лицом к лицу, посмотреть друг другу в глаза, пожать руки. Только благодаря личному контакту можно *почувствовать*, стоит ли иметь с человеком дело или нет.

Несмотря на появление новых средств продвижения, выставки остаются мощным инструментом развития бизнеса (см. статью «В чём ценность выставок?»).

# New media?



New media?

Interactive

Super-targeted

Accessible

Personalised

Low-cost

Direct

Exhibitions... ▶

Two thousand years new.

## Exhibitions.

Business doesn't get any more direct than this.

Ключевые преимущества выставок:

- возможность решать множество задач (сбытовых, маркетинговых, имиджевых, рекламных, коммуникационных, производственных) в короткий временной период;
- наглядное представление товаров, которое, как известно, оказывает на клиентов максимальное воздействие;
- высокая интенсивность прямых контактов с постоянными и

- потенциальными клиентами, возможность активно влиять на их решения о закупках;
- экономия времени и денег на установление личных контактов с клиентами и партнерами из других городов и стран;
  - уникальная посетительская аудитория.



  
The Global Association  
of the Exhibition Industry

**Face time.**

This is the age of relationships. You want the business, you've got to get the face time.

Only one marketing medium delivers qualified buyers straight to your sales team. Not just leads, not just names... people.

Demonstrate the product. Give a test drive. Answer questions. Overcome objections. There's nothing you can't do, once you've got face time.

**Exhibitions.**

Because business is face-to-face.

На выставки приходят люди, которые, возможно, не подвергаются влиянию из интернета. Часто люди просто не в состоянии купить что-то, не увидев это своими глазами, даже когда дело касается совершенно стандартных продуктов.

Выставки привлекают посетителей высокого статуса – руководителей компаний, лиц, принимающих решения о закупках. Им важно получать информацию из первых рук, они хотят, не тратя лишнее время, сравнивать и выбирать продукты, находить оптимальные варианты решений бизнес-задач.



## Exhibitionist.

She buys millions of pounds worth of services every year for her company.

She never takes sales calls.

She's found a much more efficient way to draw up shortlists, see demonstrations and ask tough questions.

She's one of millions of business professionals who invest their valuable time at exhibitions every year.

## Exhibitions.

Because business is face-to-face.

На выставки могут приходиться потенциальные клиенты, информации о которых нет ни в каких источниках, которые не реагируют на рекламу в интернете и не откликаются на электронные сообщения, встретиться с которыми в обычном режиме трудно или невозможно.

Посетители выставок находятся в активной фазе поиска и сбора информации. Они сознательно тратят свое время и деньги на посещение выставок. Нередко они сами проявляют интерес и заходят на стенды. Поэтому они более восприимчивы к предложениям и подвержены влиянию.



discovered it  
handled it  
bought it  
felt it  
learned it

**I saw it at an Exhibition.**

tried it  
heard it  
touched it  
tasted it  
smelled it  
noted it  
understood it  
squeezed it  
liked it

**Exhibitions.**

Business doesn't get any more direct than this.

**Выставки нужны людям, как с коммерческой, так и с эмоциональной точки зрения.** Они будут посещать выставочные мероприятия. Соответственно у тех, кто в них участвует, будет возможность превращать посетителей в своих клиентов. А те, кого не будет на выставочной площадке, отдадут преимущество конкурентам.



**Exhibitions are part  
of the marketing mix.**

The effective part.

Sales • Leads • Brand Awareness • Positioning  
• Education • Research • Face-to-Face

**Exhibitions.**

**Business doesn't get any more direct than this.**

Очевидно, что и у выставок и у интернета есть ряд уникальных характеристик и достоинств, которые делают их незаменимыми средствами продвижения. Поэтому, на мой взгляд, нецелесообразно противопоставлять их друг другу – **они не враги, а союзники!**

Участие в выставках и интернет активность обеспечивают более полное и разностороннее воздействие на целевые аудитории, делая рекламную и маркетинговую программы ещё более эффективными.

\*\*\*

\*В статье использованы графические изображения UFI Generic Promotion Campaign <http://www.ufi.org>

\*\*\*



**Агентство выставочного консалтинга  
«ЭкспоЭффект» представляет:**

- Самый посещаемый в России и странах СНГ практический семинар для экспонентов **«Как повысить эффективность участия в выставках»**

- Корпоративный тренинг персонала **«Эффективная работа на выставках. Как посетителей превращать в клиентов»**

- Пакет информационных материалов для экспонентов **«Как получать от выставок максимальную выгоду»**

Узнайте подробности на [www.expoeffect.ru](http://www.expoeffect.ru)

**Звоните:** +7 (495) 741-15-17

**Пишите:** [info@expoeffect.ru](mailto:info@expoeffect.ru)

**Присоединяйтесь** к нам в социальных сетях:



[facebook.com/expoeffect](https://facebook.com/expoeffect)



[linkedin.com/in/expoeffect](https://linkedin.com/in/expoeffect)



[youtube.com/user/expoeffectvideo](https://youtube.com/user/expoeffectvideo)



***Вы можете получать от выставок больше!***