

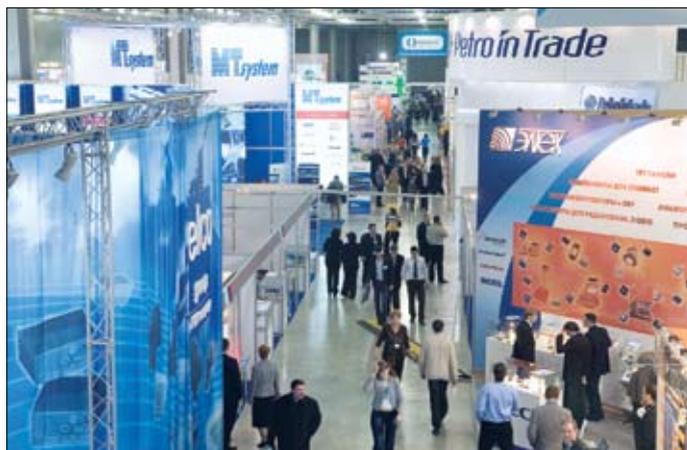
## ВЫЖИТЬ И ПРЕУСПЕТЬ: ПРОМЫШЛЕННЫЕ ВЫСТАВКИ И РЫНОК

Сегодня прогнозы большинства экспертов сходятся в том, что, хотя кризисные явления в финансово-экономической сфере еще не изжиты, самое худшее уже позади. Сейчас, на исходе кризиса, закладывается фундамент для нового рывка, в том числе и в сфере радиоэлектроники. Залог завтрашнего успеха – в активной позиции сегодня, в стремлении не просто выжить на сжавшемся рынке, но найти ресурсы для продолжения развития.

В настоящее время развитие рынка радиоэлектроники стимулирует немало факторов. Часть из них носит временный характер и должна поддержать отрасль в кризисный период. Большинство же – факторы глобальные, мало зависящие от текущей конъюнктуры.

Как отметил директор Департамента радиоэлектронной промышленности Минпромторга РФ Владимир Минаев, в рамках антикризисных мер государство в 2009 году оказало поддержку предприятиям отрасли более чем на 7 млрд. рублей. По его словам, помощь планируется предоставлять и в дальнейшем. Но он подчеркнул, что предприятиям отрасли не надо рассчитывать только на поддержку государства, нужно активизировать и собственную работу на рынке.

Примечательно, что господдержка в данном случае – это не только мера социального характера, но и показатель серьезности намерений власти реализовать положения Федеральной целевой программы "Развитие электронной компо-



М.Кулыбин

нентной базы и радиоэлектроники" на 2008–2015 годы, на которую из бюджета запланировано выделить около 110 млрд. рублей. О том, что всесторонняя модернизация отечественной радиоэлектронной промышленности остается одной из приоритетных задач правительства, недавно вновь заявил президент страны Дмитрий Медведев.

Как сообщил вице-премьер Сергей Иванов на заседании военно-промышленной комиссии, в 2010 году государственный оборонный заказ увеличится на 8% по сравнению с 2009 годом и достигнет примерно 1,15 трлн. рублей. А премьер-министр России Владимир Путин, представляя на заседании правительства бюджет страны на 2010 год, отметил: "Бюджет сохранит свою роль важнейшего инструмента стимулирования и модернизации экономики. Будет продолжено выполнение программ развития инфраструктуры, создания инновационных производств. В целом по данному направлению предусматриваются средства в объеме 1,6 трлн. рублей".

Наконец, принципиальное значение для развития отрасли имеют чисто рыночные факторы. "Электронная отрасль – это высокоприбыльный сектор экономики со стабильным и быстро растущим спросом. На один вложенный в электронику рубль отдача в конечном продукте достигает 100 рублей. К тому же мировой рынок высокотехнологичной электронной продукции оценивается в 3,5–4 трлн. долларов", – говорит генеральный директор ОАО "Российская электроника" Андрей Зверев. Он также подчеркивает: "Отрасль является инновационной. Доля электроники в стоимости бытовых, промышленных и оборонных систем составляет 50–80%, а одно рабочее место в электронной промышленности позволяет создать до четырех рабочих мест в других отраслях".

Таким образом, стратегические факторы, такие как воля государства и нужды рынка, безусловно, говорят о высокой перспективности радиоэлектронной отрасли. И те компании, которые сегодня займут наиболее активную позицию, завтра станут лидерами отрасли.

По единодушному мнению экспертов в области PR и маркетинга, самым, пожалуй, действенным и эффективным средством донесения до потенциального потребителя ин-

формации о предлагаемых товарах и услугах, а также поиска новых потенциальных клиентов являются промышленные выставки. Именно выставки часто приносят новые предложения и контракты, оказывают неоценимую помощь в обновлении клиентской базы. Четко построенная выставочная работа позволяет комплексно и адресно работать с потенциальными клиентами и партнерами. Огромное значение имеет то, что выставка позволяет одновременно использовать разнообразные маркетинговые мероприятия. Грамотно оформленный стенд, обслуживаемый компетентными специалистами, подготовленные рекламно-информационные материалы, участие в деловой программе, профессиональное общение в рамках семинаров для специалистов – все это мощнейшие ресурсы продвижения на рынке.

Безусловным лидером в сфере демонстрации последних достижений в области производства электронных компонентов, комплектующих и технологического оборудования для производства электроники является крупнейшая в России и Восточной Европе международная выставка "ЭкспоЭлектроника". Ее директор Владимир Воротынцев, говоря о грамотно выстроенной стратегии работы на выставке, выделяет ряд базовых факторов: "Принимая решение об участии в выставочном мероприятии, в первую очередь необходимо четко сформулировать и определить цели участия для своей компании. Это нужно для разработки грамотной рекламной кампании и определения способов достижения поставленных целей. При этом важно понимать, что участие в выставке – это в первую очередь долгосрочные инвестиции в развитие компании, ведь эффект от участия в выставке длится в течение 6–8 месяцев".

Исходя из этого следует грамотно выстраивать работу на стенде, представляя посетителям выставки – профессионалам отрасли – свои новейшие разработки и выгодные коммерческие предложения. Соответствующим образом должны быть подготовлены и презентационные материалы, выставочные образцы, а также доклады и сообщения в рамках конгрессных мероприятий. "Существует ряд основных принципов создания эффективного стенда, – отмечает В.Воротынцев. – Это: информативность – простота и удобс-



тво получения информации посетителем и возможность провести переговоры; эргономичность – удобство и комфорт в работе для персонала стенда и его посетителей; технологичность – наглядная демонстрация продукции на стенде; идентичность – стенд должен соответствовать фирменному стилю компании: в оформлении стенда должны присутствовать название, логотипы, корпоративные цвета".

Главное преимущество выставки в том, что она оперативно и наглядно отражает состояние отраслевого рынка, активно привлекает целевую аудиторию. "Специалисты приходят, чтобы быть в курсе последних событий, узнать о новых разработках и предложениях, обменяться мнениями с авторитетными экспертами. Установлено, что выставочные контакты являются максимально эффективным инструментом сбыта и увеличивают так называемое "намерение купить" (purchase intent) на 34%", – отмечает В.Воротынцев.

Его слова подтверждают большинство постоянных участников выставки – лидеров рынка. "Выставка превзошла все наши ожидания: посетителей много, посетители из разных уголков России. Это и директора компаний, и специалисты самого высокого уровня. За дни работы выставки мы получили большое количество интересных предложений и обсудили ряд новых идей. Выставка – это личный контакт, который намного эффективнее 20 телефонных звонков", – отмечает руководитель отдела продаж ООО "МТ-систем" А.Сапелов. "По тому, как представлены различные компании на выставке, можно судить о положении дел в этих фирмах, а, учитывая интерес посетителей к тому или иному стенду, можно делать оценки потребительского потенциала", – говорит М.Мулминов, маркетинг-менеджер компании Analog Devices REP, Russia.

Наконец, как подчеркивает В.Воротынцев, "наши участники не должны забывать, что мы как организаторы выставки напрямую заинтересованы в их успехе и многолетнем плодотворном сотрудничестве. Поэтому не стесняйтесь обращаться к нам, если вам необходима помощь или любая консультация, связанная с подготовкой к выставке, оснащением и оформлением стенда. Наши специалисты высочайшего уровня всегда рады обеспечить необходимую поддержку, чтобы участие в выставке было для вас комфортным и эффективным".

