



## ВЫСТАВКИ – КАКИЕ ОНИ ЕСТЬ И КАКИМИ БУДУТ

*В первом номере нашего журнала за этот год были опубликованы мнения экспертов о современных выставках электроники в России. Продолжая эту тему, мы решили зайти "с другой стороны" и побеседовать с теми, кто непосредственно занимается организацией выставок. Мы задали нашим экспертам тот же вопрос: нужны ли выставки вообще, и если да, то какие? Кроме этого, мы попросили их рассказать нашим читателям о том, что нового организаторы готовы предложить посетителям выставок и экспонентам в самое ближайшее время.*



**А.БИЛЕНКО**

-----  
Генеральный директор  
ЗАО "ЧипЭКСПО"

Я начну свой ответ с фразы Антона Большакова, начальника отдела маркетинга ЗАО "Остек": "Через 10 лет, а может быть и раньше, выставки исчезнут. В том виде, какими мы знаем их сейчас".

Выставки развивались, в основном, по двум направлениям – во-первых, это место, где можно показать себя и посмотреть на других, а во-вторых, здесь можно подискутировать и встретиться с единомышленниками и профессионалами. Разумеется, деление это весьма условное, да и время внесло немало корректив, добавив к выставочной экспозиции деловые программы, а к деловой части – презентации и демонстрации. Трудно сказать однозначно, чего сейчас проходит больше – выставок или конгрессов, конференций и симпозиумов. Но основная тенденция в последнее время остается неизменной – объемы общения растут. Это не значит, что уменьшаются площади стендов или становится более простым их оформление. Они, как доказательство или подчеркивание индивидуальности, еще долго останутся неизменными, как стильный

галстук, как элегантное платье или престижная модель автомобиля. Люди меняются, а индивидуальность остается, приобретая новые формы.

Но вернемся к главному. Объемы общения растут, потому что появляются новые каналы коммуникаций. Они поражают своими возможностями, в них вовлечены огромные массы людей, в то же время они просты для использования. Современные технологии позволяют использовать возможности этих каналов повсеместно, подключаясь к ним буквально "с ладони". Они несут массу дополнительной информации, расширяя во много раз пресловутое "что-где-когда" до "кто-зачем-почем-откуда..." и т.д. Именно это направление мы собираемся поддерживать на наших выставках в ближайшие годы, предлагая участникам и посетителям сервисы, реализующие все выше сказанное.

Чтобы не пересказывать мою статью "Создавая возможности", опубликованную в журнале "Компоненты и технологии" №1 за 2012 год, я расскажу только о наших основных идеях и сервисах. К слову, многие из этих идей (если даже не все) я с удовольствием обнаружил в мнениях уважаемых экспертов. Это говорит о том, что выбранное нами направление созвучно ожиданиям участников выставочного процесса.

Главное, что отметили эксперты, и то направление, на которое мы будем делать основную ставку, – это использование Интернета. В первую очередь Интернет поможет заранее решить

многие вопросы – регистрацию, назначение встреч и т.д. Он дает возможность посетить выставку, не выходя из офиса (особенно, если офис находится за тысячи километров, а средств на поездку не хватает). Также это возможность заранее получить на телефон, смартфон или планшетник всю информацию о выставке – от расписания деловой программы до маршрута следования к конкретному стенду.

А представьте, что из посетителей и участников выставки на ее официальном сайте в период подготовки формируется модная нынче социальная сеть. Сейчас у каждого есть какое-то мобильное устройство, большинство из которых оснащены модулем bluetooth. Установив на свое устройство небольшое приложение, каждый участник такой сети становится доступен всем остальным участникам для общения и встреч на территории выставки.

Вы в прямом смысле слова видите, кто находится в пределах радиуса действия мобильного устройства и тут же есть возможность встретиться, обменяться информацией и познакомиться с другими участниками. Конечно, к этому нужно привыкнуть и научиться пользоваться современными технологиями. Но это открывает новые перспективы – все участники выставки будут находиться не в безликой толпе, а в среде единомышленников, коллег и друзей.

Но, несмотря на технический прогресс, многие сложные вопросы могут решаться только при личном общении. Для удобного, комфортного и приятного общения должна быть создана атмосфера и инфраструктура. Как отметил один из экспертов, коммерческий директор компании "Абсолют Электроника" Юрий Ибрагимов, "поездка к месту проведения выставки не должна быть испытанием для участника или посетителя". Решение этой задачи станет следующим нашим шагом – мы создадим условия для встречи участников и посетителей. Не у всех имеются большие стенды, оборудованные переговорными комнатами, но все участники в одинаковой степени имеют право на комфорт. И если у кого-то стенд размером всего четыре или шесть метров, то это не значит, что единственное место, куда можно пригласить посетителя для переговоров – маленький стол в углу и два стула. Как решение этой проблемы я представляю себе блоки уютных и изолированных переговорных, доступные всем участникам.

И последнее (в этом материале, исключительно из-за его ограниченного объема) – это

получение участниками контактной информации посетителей. Здесь мы делаем ставку на технологию радиочастотной идентификации RFID. В этом году мы провели небольшой опрос, интересно это или нет для участников выставки, и выяснили, что эта возможность очень востребована. Наши партнеры по реализации этой технологии наметили первые испытания системы на июнь 2012 года во время проведения одной из выставок. Получая при регистрации радиочастотную "метку", каждый посетитель становится носителем информации о себе, о своей деятельности и контактах. При посещении стенда ему уже не нужно будет искать свою визитку, а стендисту записывать в тетрадь его телефон и e-mail – сканер RFID сделает это автоматически. Таким образом формируется база данных о посетителях стенда.

Жизнь и технологии не стоят на месте и если будут появляться новинки, которые могут помочь развитию выставочных процессов, мы ими непременно воспользуемся.



**A. СЕМЕНОВА**

-----  
 Директор  
 Международного форума  
 "ЭкспоЭлектроника"

**Н**ужны ли выставки в принципе и какие? Думаю, ответ директора Международного форума электронной промышленности "ЭкспоЭлектроника" на этот вопрос очевиден, но всегда полезно возвращаться к сложным вопросам и пробовать найти на них новые ответы.

При появлении киноиндустрии в свое время все пророчили исчезновение театра, но даже при возникновении телевидения театральное искусство не испарилось и до сих пор продолжает находить своего зрителя. Понимаете, в кино вам показывают, на что смотреть, оператор заостряет внимание на тех деталях, планах, звуках, которые нужны режиссеру для донесения до зрителя собственной идеи. В театре вы смотрите, и сами решаете, какие выводы делать. Действие, разворачивающееся в едином пространстве и времени, создает определенную атмосферу и следует заранее сценарному плану, но каждый находит в пьесе для себя что-то личное, если так можно выразиться – "думает не чужие мысли, а свои". Абсолютно то же самое можно сказать

при сравнении выставок и интернет-технологий, которые, якобы, пришли на смену качественной экспозиции. Сайт любой компании – это хорошая операторская работа: вам показывают только ту информацию, которую хотят показать. В Интернете нет возможности отследить степень квалификации специалистов компании, значимость организации по сравнению с конкурентами, отлаженность взаимодействия между специалистами, умение вести переговоры и представлять продукт в выгодном свете и еще много того, что на выставке вы можете увидеть своими глазами. То самое пресловутое живое общение действительно невозможно ничем заменить: сравнение множества предложений, экономия времени, получение не просто контактов, а личных знакомств, полное понимание всех качеств продукта – это, и еще многое не могут предоставить интернет-технологии, так как они ограничивают посетителя, а значит, никогда не заменят выставки целиком.

И в этом смысле "ЭкспоЭлектроника" подтверждает свою востребованность как инструмент поиска новых клиентов и работы со старыми. Постоянных участников и посетителей очень много, их активность, отзывы, благодарности в который раз убеждают нас, что личное общение и живая демонстрация продуктов не могут быть заменены он-лайн-сервисами. Между тем мы не собираемся упускать возможности, которые предоставляет Интернет, и в этом году включаем опции мобильного плана выставки и match-making, а также обновляем дизайн сайта, который будет более соответствовать содержательной части. Наш сайт давно уже перестал быть только источником информации о выставке, здесь собираются основные участники рынка, аккумулируются ключевые новости в области электроники, и вполне логично подключить к такому portalу возможность оперативной связи профессиональных посетителей с экспонентами. Изменение "юзабилити" сайта, опять же, продиктовано необходимостью активного взаимодействия между участниками и профессиональной аудиторией, поэтому на первый план вынесены именно те опции и информация, которые, по данным исследований, более всего востребованы нашими клиентами.

Наверное, секрет успеха и долголетия "ЭкспоЭлектроники" – это именно стремление идти в ногу со временем, сохраняя достижения прошлого. Понятно, что организовать любую выставку – дело непростое. Сложно организовать

хорошую выставку, сложно делать ее лучше год от года, и, если конкретнее, очень сложно делать "ЭкспоЭлектронику". В свое время мы были первыми из организаторов, кто формировал выставку в столице, находясь в Санкт-Петербурге. Сейчас это сотрудничество городов – модное направление, с отлаженными технологиями и инфраструктурой, а тогда было сложно поверить, что санкт-петербургский организатор способен не просто создать достойную экспозицию на московской площадке, но и регулярно заинтересовывать в участии крупнейшие компании в России и во всем мире и привлекать обширную аудиторию специалистов. Профессиональной целью каждого из команд "Примэкспо" стало стремление сделать лучший проект, поэтому ко всем трудностям, которые встречались и встречаются нам на пути, мы относимся с определенной степенью готовности и даже закалки.

За эти годы случалось всякое. Был кризис, были похожие выставки, с которыми приходилось воевать за место под солнцем, были даже случаи, когда сотрудники, уходившие из компании, пытались противопоставить свои новые проекты "ЭкспоЭлектронике". Иногда рынок успокаивался, и наступало паритетное взаимодействие между нами и конкурентами. На самом деле, чего только не было, но каждый год наступает весна, проходит "ЭкспоЭлектроника", и мы становимся все крепче и сильнее. Это не пропагандистский лозунг и не рекламный слоган, это факт. Нам уже 15 лет, мы не на словах, а на своем опыте пережили большое количество сложностей, провокаций, перемен. И история Форума показывает, что единственно возможный путь развития для проекта – это неустанная работа и новые решения задач, поставленных перед нами участниками и посетителями. Да, это сложно, но у нас это получается. Иначе выставка не стала бы таким масштабным форумом, не сформировалась бы уверенная и самостоятельная деловая программа и проект не наращивал бы обороты по площадям и количеству участников и посетителей в течение 15 лет.

Говоря о выставках в России, мы с вами должны понимать, что российский выставочный рынок еще не достиг своего расцвета, сейчас это живой организм, который растет и развивается. В этих условиях закономерно существование и появление новых выставочных проектов. Таких проектов десятки: RUSNANOTECH, MIPS, TRANSRUSSIA, Cabex, "Радиоэлектроника и приборостроение", "Связь-Экспоком", ITFM

и многие другие. И мы понимаем, когда участники параллельно выставляются не только на масштабной "ЭкспоЭлектронике", но и используют для продвижения своих отдельных направлений узкоспециализированные проекты, например, "Неразрушающий контроль", "Силовая Электроника и Энергетика", "Покрытия и обработка поверхностей". Возможность встретиться с коллегами в камерной обстановке, заострить их внимание на вопросах, которые интересны лишь узкому кругу профессионалов, делает эти проекты особо ценными и незаменимыми для рынка.

Такой успешной находкой для нас является LEDTechExpo. Сегодня выставка светодиодных технологий, материалов, чипов и оборудования для их производства закрепляет свои позиции – число участников увеличилось, площадь выросла. Интерес рынка к этому разделу объясняет наше внимание к расширению деловой программы, связанной с тематикой светодиодов. Прошлогодний круглый стол по вопросам светодиодов в рамках этой "ЭкспоЭлектроники" вырос до масштабов конференции, участие в которой подтвердили ведущие российские и зарубежные специалисты. Приятно отметить, что новые направления не умаляют достоинства базовых тематик Форума. Экспозиция электронных компонентов выросла по сравнению с предыдущим годом на 20%, и этот серьезный рост подтверждает уверенные лидирующие позиции "ЭкспоЭлектроники" в отрасли.

Стремлением быть открытой площадкой для диалога между наукой и бизнесом и соответствовать тенденциям времени обусловлено появление в деловой программе Форума круглого стола "Фотовольтаика – новый вектор развития электроники". Современный мировой рынок фотоэнергетики – это быстро развивающийся сегмент мировой экономики. Объем производства солнечных батарей в мире растет в год на 30–50%. За круглым столом пойдет разговор о том, какое место Россия будет занимать в этом высокорентабельном секторе энергетики и о том, какую роль будет играть здесь компонентная база.

В целом, бизнес-мероприятий будет более чем достаточно. Для нас важно, чтобы каждый посетитель нашел для себя что-то новое не только в рамках экспозиции, но и на мероприятиях деловой программы. Именно поэтому мы создаем на территории выставок коммуникационные площадки, которыми бесплатно могут воспользоваться все участники без исключения.

Понимая, как остро стоит в отрасли кадровый вопрос, проблема правильного и эффективного подбора персонала, мы пригласили на выставку рекрутинговую компанию, которая проведет бесплатный семинар для наших клиентов, на котором будет рассказано о ситуации на рынке труда в электронной отрасли, рейтинге заработной платы, необходимых компетенциях персонала, и сможет предложить актуальные на сегодняшний день вакансии.

Рубрикатор нашей базы данных достаточно широк, и мы тщательно прорабатываем и актуализируем все приоритетные контакты, необходимые для участников, так как работа по обновлению базы в обязательном случае подразумевает приглашение той аудитории, которая интересна экспонентам. В этом году акцент сделан на привлечении разработчиков и производителей систем связи и навигации, систем безопасности и медицинского оборудования, специалистов из военно-промышленного комплекса, энергетики, авиа- и судостроения – т.е., основных направлений экономики с точки зрения инвестиционной привлекательности и протекции со стороны государства.

Внимание властных кругов к вопросам электроники в области ее применения в военно-промышленном комплексе в формате Форума "ЭкспоЭлектроника" подкрепляется также поддержкой, которую в этом году нам оказала Федеральная служба по оборонному заказу. Очень приятно, что помощь, оказываемая правительственными органами и отраслевыми ассоциациями в отношении наших выставок, не является формальной – все наши партнеры ответственно отнеслись к распространению билетов по подведомственным и дружественным ассоциациям, публикациям информации на своих сайтах и активному участию в деловых мероприятиях Форума. Это позволяет рассчитывать на большой приток новых посетителей. Огромную работу по привлечению новой аудитории провели в этом году наши зарубежные партнеры, и для нас – это признак высокого доверия. Кроме этого, рост числа иностранных участников – свидетельство признания высокого статуса выставки международным профессиональным сообществом.

Еще один важный момент в обновленной программе укрепления бренда "ЭкспоЭлектроники", а значит, и продвижения всех наших участников – это эффективная рекламная кампания в массовых коммуникациях. В этом году мы активно используем

региональное и центральное телевидение, освещающее новости бизнеса и делового сообщества. Тщательный подход к выбору носителей рекламы позволяет нам эффективно расходовать серьезные средства, достигая при этом максимального значения целевой аудитории. Например, вместо стандартных билетов и вложенных в конверт листов с программой деловых мероприятий мы используем билеты-мейлеры. Этот рекламный носитель сохраняет привлекательную имиджевую составляющую на конверте, позволяет разместить на внутренней части расписание деловых мероприятий, персонализирует наши обращения, и, что важнее всего, экономит время посетителей на регистрации. Традиционной уже стала и реклама в метро, в этом году мы намерены использовать большее число носителей, так как такие коммуникации особенно актуальны для молодых специалистов, не пользующихся личным транспортом. Еще раз хотелось бы повториться, что на привлечение нового поколения профессиональной аудитории мы делаем особую ставку, ведь когда омолаживается инженерный состав посетителей, можно будет активно включить в работу многочисленные популярные у продвинутых пользователей Интернета социальные сети.

Особый блок рекламной кампании будет реализован в Москве и Подмосковье, Зеленограде и Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге и городах-миллионниках.

Повторюсь, работать над таким проектом, как "ЭкспоЭлектроника", очень сложно, но найти подходящие слова для того, чтобы объяснить, насколько это интересно, важно и ценно – еще сложнее. Хочу поблагодарить всех, кто поддерживает нас своим участием, помогает идти в ногу со всем миром и приумножать многолетний успешный опыт Форума. Ваша требовательность и авторитетное мнение позволяют нам избегать многих ошибок и создавать прочную платформу для дальнейшего развития. В этом году проекту "ЭкспоЭлектроника" исполняется 15 лет. Это выставка с опытом и репутацией, проверенной временем, и в то же время современная комфортная площадка для продвижения бизнеса и развития отрасли. В этом году на выставке мы ожидаем почти 400 компаний и более 17000 посетителей из 20 стран мира. Скажу больше – большая их часть приезжает к нам на протяжении 15 лет с завидной регулярностью. Это ли не главное доказательство востребованности проекта, главная оценка нашей с вами работы и ответ на вопрос: какие выставки нужны рынку? ●