

ЭкспоЭлектроника – КАК ОНА ЕСТЬ

Рассказывает руководитель отдела выставок электронной промышленности компании "ПРИМЭКСПО" Анна Семенова



Выставка "ЭкспоЭлектроника" хорошо известна в профессиональном сообществе. "ЭкспоЭлектроника" – не только зеркало российской электроники. Это еще и живой проект, который растет и развивается, перенося при этом болезни роста и радуя своими успехами. Что такое "ЭкспоЭлектроника" сегодня? Каковы направления ее развития, что получают ее экспоненты и посетители? Обо всем этом мы говорим с Анной Семеновой, руководителем отдела выставок электронной промышленности компании "ПРИМЭКСПО".

Анна, кратко, как начиналась компания "ПРИМЭКСПО" и выставка "ЭкспоЭлектроника"?

Компания "ПРИМЭКСПО" была организована в самом начале 1996 года в Санкт-Петербурге. Однако официально годом основания фирмы считается 1997, в ноябре прошлого года мы отметили свое 15-летие. Я работаю в компании все 15 лет, поэтому развивалась она на моих глазах. Начинали с малого – в первый год существования компании было организовано всего

четыре выставки в Санкт-Петербурге, и тогда нам было трудно даже представить нынешние масштабы работы. Сегодня компания "ПРИМЭКСПО" реализует более 20 проектов во многих городах России, включая, конечно, Москву и Санкт-Петербург.

История "ЭкспоЭлектроники" началась с того, что известный международный выставочный оператор, компания ITE Group Plc, поделилась с нами рядом московских проектов. Среди них оказалась и "ЭкспоЭлектроника". В 1998 году

состоялась первая выставка "ЭкспоЭлектроника", организованная "ПРИМЭКСПО" совместно с нашим партнером – московской компанией "Электронинторг". Это была совсем небольшая выставка, ее площадь составляла порядка 700 м². Для сравнения – в этом году выставочные площади на "ЭкспоЭлектроника 2013" превышают 14 тыс. м².

Сегодня над проектом "ЭкспоЭлектроника" трудится целая команда профессионалов, причем, в основном, это люди молодые, прекрасно подготовленные и амбициозные. Помимо тех, кто непосредственно занимается продажами выставочных площадей, в компании существует структура, обеспечивающая весь процесс формирования выставки. Это и большой отдел маркетинга, и бренд-менеджеры, непосредственно занимающиеся продвижением выставки, и технический отдел, ведающий вопросами застройки, инженерного обеспечения, техническими сервисами, и аналитический отдел. Это очень современная, хорошо организованная структура, ориентированная на результат.

Помимо непосредственной продажи площадей, могут ли ваши клиенты рассчитывать на какие-либо дополнительные сервисы?

В нашем понимании слово "сервисы" включает в себя много различных составляющих. Наши клиенты получают все необходимое, чтобы выставка прошла для них эффективно и позволила решить все поставленные задачи.

Если говорить более конкретно и в практической плоскости, то, конечно, главное на любой выставке для экспонентов – это количество и качество посетителей. Мы решаем все связанные с этим рекламные задачи, пользуясь собственной, тщательно наработанной базой данных.

На самом деле, вся жизнь компании на выставке сопровождается сервисами, начиная от застройки стенда – типового

или по индивидуальному проекту, который мы тоже можем разработать, – до персональной регистрации на сайте выставки, с возможностью планировать встречи. Это наша регулярная и планомерная работа, вследствие которой участники в полной мере могут пользоваться возможностями, предоставляемыми современными информационными технологиями.

Главное на любой выставке для экспонентов – это количество и качество посетителей

Более того, мы стремимся расширить спектр предоставляемых клиентам услуг. Например, участнику далеко не всегда удобно привозить с собой всю полиграфическую продукцию – плакаты, визитки, буклеты, например, из Германии. Мы помогаем решить эту задачу на месте. На этом мы не зарабатываем, полиграфия – не наш бизнес, но мы предоставляем клиентам еще одно дополнительное удобство. Оказываем мы и логистические услуги – конечно, не сами, а с помощью партнеров. Мы работаем с опытной транспортной компанией, которая имеет офисы во многих странах и готова решить все логистические задачи наших участников.

В целом нас отличает индивидуальный, чисто человеческий подход к каждому клиенту. Например, мы сами участвуем в выставке Electronica в Мюнхене, и со мной как с клиентом менеджер по продажам этой выставки не поддерживает контакт так, как мы это делаем с нашими иностранными участниками. Мы терпеливо отвечаем на все их вопросы, даем все необходимые данные, разъясняем, как поступить. Мы понимаем, что для тех, кто впервые собирается в Россию, представление о нашей стране порой очень стереотипное. Многие побаиваются, что нет английского языка, не знают, что с транспортом, с гостиницей,

а не опасно ли и т.п. Поэтому у нас есть партнеры, которые занимаются гостиницами. Есть партнеры, которые могут организовать культурную программу, обеспечить визовую поддержку. Обратившись к нам, участнику не нужно больше ни о чем беспокоиться. Мы предоставим все контакты и решим все проблемы. Это очень важно, и в ответ мы всегда получаем "большое спасибо, с вами приятно работать".

К числу дополнительных сервисов можно отнести и конференции. Этим в "ПРИМЭКСПО" занимается специальный отдел. Например, в области электроники мы проводим конференцию по светодиодам в рамках обеих выставок электронной отрасли. Подчеркну, в данном случае конференции – это сопутствующие деловые мероприятия, которые придают дополнительную научно-практическую ценность и позволяют более качественно сформировать аудиторию для экспонентов, расширить для них возможности представить свои продукты, идеи профессиональному сообществу. И это, конечно, тоже привлекает посетителей.

Посетители без сомнения достойны того, чтобы встретить на выставке весь цвет мировой электроники

Отечественные выставки, в том числе "ЭкспоЭлектроника", принципиально отличаются от выставок зарубежных, например, от Electronica в Мюнхене. Там все ведущие компании представляют новинки, объявляют о значимых изменениях. На стендах присутствуют первые лица и все необходимые технические специалисты. Наконец, основная аудитория экспонентов – это производители. Соответственно, и посетители таких выставок – это ведущие специалисты со всего мира.

В России ничего подобного не происходит. Новинок здесь нет, экспоненты в основном – это дистрибьюторы, а на стендах работают зачастую лишь сотрудники отделов продаж, которые по сколь-нибудь сложным вопросам рекомендуют после выставки обратиться к техническим специалистам. Вы каким-то образом пытаетесь изменить эту ситуацию?

Я не могу согласиться со столь категоричной оценкой, поскольку наше анкетирование и опросы участников свидетельствуют, что качество посетителей "ЭкспоЭлектроники" достаточно высоко. Это именно профессионалы-специалисты, которые хорошо понимают, куда и зачем пришли. Например, недавно представитель одной японской компании говорил мне, что они, приехав в Россию и проработав три дня на нашей выставке, были приятно удивлены уровнем компетенции посетителей, которым, как оказалось, практически ничего не нужно объяснять. До этого они посетили Индию, и разница была существенной. Другое дело, что в России мало кто говорит по-английски, иностранным компаниям приходится работать с переводчиком. Это всегда немного отпугивает иностранных участников. Тем не менее, посетители без сомнения достойны того, чтобы встретить на выставке весь цвет мировой электроники. И проблем с переводом на наших выставках нет. Убедена, что так оно будет и в дальнейшем.

Однако мы хорошо осознаем проблему, о которой вы говорите, и придаем очень серьезное значение этому вопросу. Так, если говорить о зарубежных производителях, то именно для их привлечения мы и участвуем в мюнхенских выставках, где проводим большую работу. Например, непосредственно на минувшей выставке мы привлекли к участию в "ЭкспоЭлектронике" три зарубежные компании. У нас есть иностранные офисы, что также расширяет наши возможности в этом плане. Конечно, мы заинтересованы работать с производителями напрямую

и приглашать их к нам на выставку. Постепенно ситуация в этом отношении меняется, но, к сожалению, не так быстро, как хотелось бы.

Мы уже достаточно давно работаем с китайскими компаниями. Еще лет пять назад многие российские участники скептически относились к "чайна таунам". Но ситуация меняется, сейчас стенды китайских участников – это отличные национальные павильоны, где все рекламные материалы имеют русскую версию, и персонал говорит по-русски. И это – общемировая тенденция: в Мюнхене на выставке Electronica участвовало колоссальное количество китайских компаний. И это реалии времени.

Что касается представительности на стендах, присутствия на них руководителей и ведущих технических специалистов – конечно, хотелось бы, чтобы весь топ-менеджмент компаний-экспонентов присутствовал на площадке. Но это в большей мере зависит все-таки от компании, от некоей культуры участия в выставках. У нас есть ряд фирм, которые в полной мере владеют этой культурой, и на их стендах вы можете и встретиться с генеральным директором и президентом, и получить технические консультации в полном объеме. Это характерно как для

крупных компаний, так и для совсем небольших, где директор зачастую сам работает на стенде.

Чтобы российские выставки были похожи на ведущие зарубежные, всем участникам рынка необходимо овладеть определенной выставочной культурой

К сожалению, не все пока обладают соответствующим опытом, зачастую не очень понимают, насколько это важно. Мы, как организаторы выставки, ведем просветительскую работу в этом направлении, показываем и доказываем, что на выставке необходимо присутствие руководства компании.

Стремимся мы и к тому, чтобы именно на "ЭкспоЭлектронике" происходили премьеры новой продукции или значимых событий. Большинство наших участников очень старается подготовить новинки к выставке. И мы очень поддерживаем эти инициативы: размещаем на сайте новости, делаем рассылки, предоставляем все возможности распространять информацию через наши ресурсы. Это привлекает внимание как к выставке, так и к самим компаниям. Компании должны делиться

с профессиональным сообществом своими новостями о заключенных контрактах, о мощных продажах, о новых продуктах, новых дистрибьюторах. Пока могу сказать, что на выставке "ЭкспоЭлектроника 2013" состоятся российские премьеры нескольких немецких производителей. Мы рады, что с течением времени форум становится выставкой российских премьер мировых производителей.

Повторюсь, чтобы российские выставки были похожи на ведущие зарубежные, всем участникам рынка необходимо овладеть определенной выставочной культурой. На той же выставке Electronica в Мюнхене участвуют очень известные компании, которые вполне могут сказать: "Зачем нам тратиться на выставку, нас и так все знают". Но их руководству ничего подобного и в голову не придет, поскольку все в полной мере владеют выставочной культурой. Там все понимают: специалисты должны регулярно собираться на одной площадке, обмениваться опытом, рассказывать о достижениях, представлять новинки.

Выставка, если к ней подходить грамотно, всегда даст положительный результат и рост продаж. Даже если предлагаемый продукт окажется невостребованным, то на выставке

делать все возможное, чтобы эффективность выставок росла – и для экспонентов, и для посетителей.

Невозможно обойти вопрос стоимости участия в "ЭкспоЭлектронике". Ведь именно он более двух лет назад привел к тому, что ряд компаний покинули эту выставку и, по сути, организовали альтернативную – "Новая электроника". Изменилась ли с тех пор ценовая политика у "ЭкспоЭлектроники"?

Не могу в полной мере комментировать ту ситуацию, просто потому, что я стала заниматься "ЭкспоЭлектроникой" в 2011 году, буквально в день открытия выставки, а до этого работала на проекте "Охрана и безопасность – SFITEX". Ситуация тогда была не простая. Конечно, история с "Новой электроникой" не могла на нас не повлиять, мы сделали определенные выводы.

Сложно спорить, что за предыдущие годы у "ЭкспоЭлектроники" сложился имидж дорогой выставки – негибкой и ежегодно растущей в цене. Так было, но ситуация изменилась. Соглашусь, цены у нас высокие. Однако последние два года они не растут. И останутся замороженными как минимум до 2014 года.

Наша ценовая политика стала гибче. У нас есть период льготного бронирования, до середины июня, когда стоимость участия существенно ниже. И основная масса компаний этим пользуется. Более того, у нас есть специальная цена для российских производителей. Госкорпорация "Российские технологии" организует коллективный стенд, на котором могут участвовать все их предприятия. Для них тоже действуют специальные цены.

Наконец, мы стали гибче в части размера выставочных площадей. Раньше у нас минимальный стенд занимал 9 м², но сейчас готовы предоставить и меньший метраж, просто организовать рабочее место. Мы понимаем, что зачастую нужно просто дать компании шанс попробовать, насколько это полезно – участвовать

Последние два года цены не растут. И останутся замороженными как минимум до 2014 года

можно понять, почему он не востребован. Но всему этому нужно учиться. Мы проводим бесплатные семинары в Москве и Санкт-Петербурге, как сделать свое участие в выставке более эффективным, для всех участников выставок "ПРИМЭКСПО", и нет ни одного экспонента, который бы не оценил полезность таких тренингов. Поэтому со своей стороны мы стараемся

в "ЭкспоЭлектронике", почувствовать особую атмосферу и энергетику, быть частью такого крупного международного форума, куда съезжается вся Россия.

С другой стороны, мы не хотим демпинговать, мы не можем провести качественную выставку за маленькие деньги – и никто не может. Согласитесь, нас мало кто критикует за качество посетителей. Наши посетители – наше "золото"! Но для того чтобы все сделать качественно, надо потратить средства. И если мы опустим цену ниже определенного порога, то просто не сможем сделать такую "ЭкспоЭлектронику", которую все знают, любят и куда ежегодно с удовольствием приезжают.

Далеко не все задумываются над тем, из чего складывается цена за выставочную площадь. Сама аренда площади и застройка едва ли превышают 60% в структуре цены. Основные расходы – это привлечение посетителей, т.е. качество выставки. И если мы начнем на этом экономить, мы обманем наших участников. А они нам доверяют.

На рекламную кампанию "ПРИМЭКСПО" денег не жалеет, потому что это – привлечение посетителей, т.е. самое важное. А сколько стоят рекламные ресурсы, знают все. Мы все меряем посетителями. Так нас научил западный менеджмент, компания ITE. Чтобы выставка не обернулась разовым мероприятием, наши клиенты должны остаться довольными. Что для этого необходимо в первую очередь? Конечно, посетители. Мне говорили сами экспоненты: "Если участие в выставке обойдется нам всего в тысячу долларов, но мы ничего не получим на этой выставке, мы будем эту тысячу всю жизнь помнить. А если участие обойдется в миллион, но мы получим отдачу, мы вообще забудем, что этот миллион потратили. Мы получим то, что хотели и тогда мы вообще не вспомним про деньги". Поэтому "ЭкспоЭлектроника" и стремится конкурировать в области качества, а не минимальных цен участия.

На ваш взгляд, не много ли для России выставок в области электроники при нашем объеме рынка и интенсивности событий? Даже в Европе Electronica проводится раз в два года, а у нас – по меньшей мере две выставки в год.

В этом году мы планируем новые формы работы, которые наверняка привлекут посетителей

Как известно, спрос определяет предложение. И если выставки "Чипэкспо" и "ЭкспоЭлектроника" каждую осень и весну собирали участников, значит, это было нужно рынку. Иначе никто бы не стал в них участвовать даже за три копейки. Ведь осенью

много других проектов, те же выставки в Мюнхене. Если рынок выдерживал две российские выставки в области электроники раз в год, и эти выставки росли, то, наверное, таковы были реальные потребности.

Не готова точно сказать, почему Европа довольствуется выставкой раз в два года, но в Европе все немножко по-другому. Другие темпы роста, дру-

"ЭкспоЭлектроника" – это очень интересная выставка и очень классный проект

гие проценты прибыли, сформировавшийся рынок – наверное, в этом дело. У нас сегодня все развивается очень бурно, темпы роста намного опережают европейские. Наверное, поэтому в России каждый год выставки и происходят.

Как будет развиваться ситуация с двумя выставками – "Новой электроникой" и "ЭкспоЭлектроникой", которые проходят с интервалом в несколько недель?

Я полагаю, что голосовать будут посетители – и это главное. Пока наши коллеги, которые организуют выставку "Новая электроника", готовы продолжать ее в таком же формате. Конечно, мы следим, как там развиваются события, и видим, что выставка остается примерно в тех же объемах. У нее есть поддержка крупных дистрибьюторов, которые, собственно, для себя эту выставку и организовали. Кто-то участвует в "Новой электронике", поскольку дешевле, кому-то из соображений бизнеса важно находиться рядом со своим дистрибьютором, причин может быть много. Но в любом случае я считаю большой нашей заслугой, что 10–15 компаний, которые в прошлом году ушли на "Новую электронику", в этом году вернулись к нам. Да, кто-то из них параллельно участвует и в "Новой электронике". Это уже вопрос их бизнеса, нам важно, что

они взяли на "ЭкспоЭлектронике" крупные стенды, продолжают сотрудничать с нами, а значит – они на нас рассчитывают. И мы благодарны за такое доверие.

Если говорить про нас, то уже сейчас все показатели выставки "ЭкспоЭлектроника 2013" более чем на 20% превышают прошлогодние. А учитывая размеры "ЭкспоЭлектроники", эти проценты прироста выглядят очень достойно для любого выставочного проекта. Так что мы очень довольны и самими показателями, и общей тенденцией.

В этом году мы планируем новые формы работы, которые наверняка привлекут посетителей. Выставка пройдет в трех залах вместо двух, как было в прошлом году. В новом зале собралась хорошая компания экспонентов, которая активно занимается привлечением профессиональной аудитории. Важно также, что в этом зале наш постоянный участник НПФ "Диполь" впервые организует многофункциональную площадку "Диполь ПрофАрена", где пройдут мастер-классы по рабочим и инженерным специальностям. В них примут участие учащиеся – победители конкурсов профессионального мастерства. Будут представлены примеры перехода на современные методы обучения с применением новейшего технологического и измерительного оборудования. Своим опытом поделятся руководители и представители учебных заведений России, где уже внедрены новые образовательные стандарты. Пройдет круглый стол "Образование и бизнес", где будет идти речь о современных технологиях и формах обучения.

Для нас это важно, поскольку кадровая проблема в радиоэлектронике сегодня стоит очень остро, и мы хотим помочь нашим участникам в пропаганде профессий для радиоэлектронного комплекса России. Для этого важно привлечь внимание к новым технологиям в профессиональном образовании. В этой области уже есть успешные проекты, о реализации которых как раз

и расскажут на выставке руководители и преподаватели учебных заведений Санкт-Петербурга, Москвы, Владимира и ряда других городов.

А их услышат государственные деятели?

Надеюсь, что да. В работе круглого стола примут участие представители Департамента образования г. Москвы и Министерства образования и науки РФ. Понятно, что все это – проекты социальные, а не коммерческие, но от того не менее важные и полезные.

Если посмотреть лет на пять вперед – что будет с "ЭкспоЭлектроникой", как она изменится?

Если говорить о перспективах, может быть, и не столь близких, то "ЭкспоЭлектроника" вполне может стать выставкой, аналогичной мюнхенской Electronica. В ней будет участвовать больше иностранных компаний, больше российских производителей.

Однако все зависит не только от того, какой хороший организатор компания "ПРИМЭКСПО". Многие определяют экономика России, наше государство и его политика, инвестиционный климат – факторов очень много. И если все будет лучше, чем сейчас, то у такой отрасли, как электроника, перспективы огромны. Соответственно, велики они и у выставки, которая отражает тенденции и состояние отрасли.

В целом же "ЭкспоЭлектроника" – это очень интересная выставка и очень классный проект. У нас замечательные участники, с которыми так интересно работать. В электронику приходит молодежь, а молодежь – это будущее!

Спасибо за интересный рассказ. Надеемся, вашими усилиями выставка "ЭкспоЭлектроника" будет все интересней, полезней и дружелюбней.

С А.Семеновым беседовал И.Шахнович