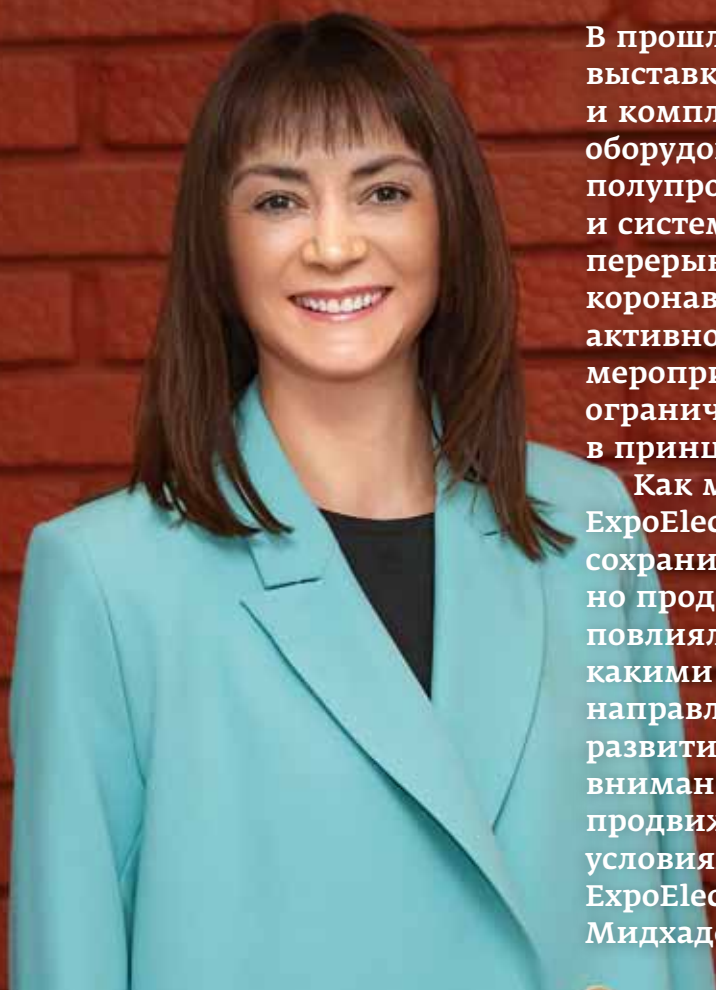


Чтобы продолжать развитие, нужно усиливать продвижение своей продукции и услуг

Рассказывает директор выставок ExpoElectronica и ElectronTechExpo Р. М. Мангушева



В прошлом году крупнейшие в России выставки электронных компонентов, модулей и комплектующих ExpoElectronica и технологий, оборудования и материалов для производства полупроводников, электронных компонентов и систем ElectronTechExpo прошли после перерыва, связанного с пандемией новой коронавирусной инфекции. В то время активно обсуждался вопрос, насколько офлайн-мероприятия будут востребованы после снятия ограничений и, более того, смогут ли они в принципе пережить этот период.

Как мы видим сегодня, выставки ExpoElectronica и ElectronTechExpo не только сохранились в отраслевом календаре, но продолжают развиваться. О том, как повлияла пандемия на данные мероприятия, какими будут выставки этого года, в каких направлениях планируется их дальнейшее развитие, а также о том, на что стоит обратить внимание отечественным производителям при продвижении своей продукции и услуг в текущих условиях, мы поговорили с директором выставок ExpoElectronica и ElectronTechExpo Риммой Мидхадовной Мангушевой.

Римма Мидхадовна, в прошлом году выставки ExpoElectronica и ElectronTechExpo прошли после перерыва, вызванного пандемией. Повлияло ли это на мероприятия? По вашим ощущениям, изменилось ли отношение к офлайн-мероприятиям со стороны участников, посетителей?

Оценивая результативность мероприятий, мы в первую очередь ориентируемся на данные статистики, которую нам позволяет собирать отлаженная

система работы с участниками и посетителями. Эти данные показывают нам, что посещаемость на прошлых выставках сравнима с допандемийным уровнем, несмотря на то, что количество участников сократилось из-за отсутствия иностранных компаний, в первую очередь из стран Восточной и Юго-Восточной Азии.

Поэтому можно сделать вывод, что интерес к офлайн-мероприятиям остается на высоком уровне, они по-прежнему востребованы профессиональным

сообществом. Участники и посетители понимают и признают ценность выставок и тех возможностей, которые они предоставляют для достижения деловых целей.

Если же говорить об ощущениях, то мы до сих пор помним ту атмосферу праздника и радости живых встреч, которая царила на протяжении всех трех дней выставки. Это большой успех, в особенности учитывая тот факт, что ExpoElectronica и ElectronTechExpo были первыми в мире выставками в отрасли разработки и производства электроники, которые состоялись после периода ограничений, связанных с пандемией.

И теперь мы с нетерпением ждем предстоящие выставки, которые, уверена, тоже подарят нам всем приятное и продуктивное общение с коллегами и партнерами.

Можно ли озвучить некоторые данные прошлого года?

Конечно. 282 участника, более 11 тыс. посетителей из 66 регионов России, порядка 26 сессий деловой программы – таков был наш результат, который подтверждает большой успех прошлогодних выставок и их востребованность профессиональным сообществом.

Следует добавить, что, помимо числа участников и посетителей, есть еще один, не менее важный для нас, показатель успеха проекта – количество участников, которые сразу же в дни работы выставки бронируют площадь на следующий год. Традиционно этот показатель у нас довольно высокий. Кроме того, положительные отзывы как участников, так и посетителей говорят о том, что они не просто остались довольны мероприятиями: можно с уверенностью сказать, что результаты выставок даже превзошли их ожидания.

Достижение каких показателей вы ожидаете на выставках этого года? Если посмотреть на историю выставок, с каким периодом вы сравнили бы их масштаб?

До середины февраля динамика восстановления выставок после пандемии была довольно позитивной. Потом произошла небольшая коррекция в составе участников в силу последовавших событий глобального масштаба. Однако в целом видно, что мы выходим на выставки этого года с достойным результатом: более 300 участников, 23 крупных отраслевых мероприятия, 70 спикеров в рамках деловой программы, 19 номинантов премии Electronica. К уровню прошлого года мы ожидаем прибавление новой аудитории специалистов.

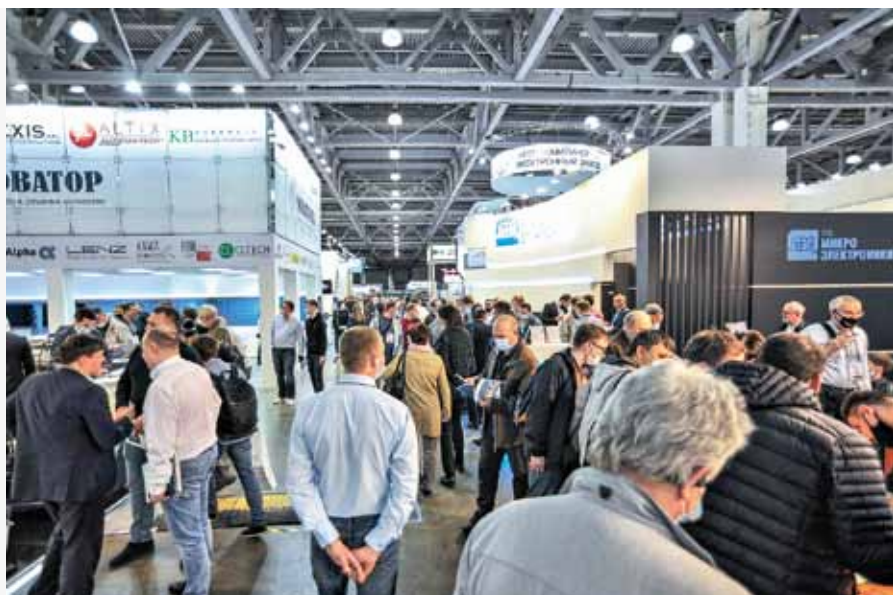
Этот год невозможно сравнить с каким-либо из предыдущих периодов, однако в масштабности экспозиции мы в этом году не уступим прошлым выставкам. Конечно, мы увидим меньше работающего зарубежного оборудования на стендах участников ElectronTechExpo, но надеемся, что это в какой-то степени будет компенсировано предложением российских производителей.

ExpoElectronica и ElectronTechExpo были первыми в мире выставками в отрасли разработки и производства электроники, которые состоялись после периода ограничений, связанных с пандемией

Участники выставки ExpoElectronica, которые являются дистрибьюторами и представителями зарубежных брендов, возможно сократят ассортимент, представленный в рамках мероприятия, однако мы знаем, что они сейчас активно прорабатывают новые логистические цепочки, партнерские соглашения и ищут пути для продолжения работы на нашем рынке. Мы ожидаем, что российские производители в новых условиях проявят активную позицию по привлечению аудитории на свои стенды и предложат качественную продукцию.

Что бы вы, исходя из своего опыта содействия продвижению продукции на российском рынке разработки и производства электроники, порекомендовали отечественным производителям, чтобы более эффективно воспользоваться изменившейся ситуацией? Потребуется ли им, на ваш взгляд, изменить свои подходы к маркетингу и стратегии поведения на рынке, чтобы занять освободившиеся ниши, максимально включиться в замещение зарубежной продукции, которая перестает быть доступной?

Это очень важный вопрос, потому что в прошлые кризисные периоды мы сталкивались с тем, что в любой неясной ситуации компании в первую очередь начинают сокращать бюджеты на продвижение. И это понятно: своей главной задачей владельцы компаний видят сохранение бизнеса и рабочих мест. Тем не менее, если компания продолжает работать и планирует развиваться на своем рынке, именно в кризисное время нужно прилагать больше усилий для того, чтобы как минимум не потерять свои позиции, достигать того же результата,



что и ранее. В такие периоды появляются возможности захватить большую долю рынка, вернуть потерянных клиентов, развивать новые направления. Поэтому я рекомендовала бы не сворачивать продвижение своей продукции и услуг, а наоборот, усиливать его. Однако это не значит, что нужно обязательно тратить больше денег. В каких-то случаях правильное целеполагание для своей команды продаж и маркетинга уже может принести отличные результаты.

Кроме того, меня всегда удивляет позиция некоторых компаний, которую можно обозначить, как «нас и так все знают». За такие компании можно только порадоваться, но мы живем в такое динамичное время, в эпоху таких глобальных перемен, что почитать на лаврах не может никто.

И еще один момент: порой некоторые компании становятся заложниками собственного имиджа и, например, отказываются от участия в выставке, если стенд располагается не у входа или если их бюджет ограничен и не позволяет построить стенд, который, по их мнению, соответствует их масштабу. В таком случае вспоминается известная цитата про имидж из рекламы известного напитка. На это я могла бы ответить, что главное – не победа, а участие.

У наших производителей есть огромный технический потенциал, но в сфере маркетинга нам есть чему поучиться у западных стран, где всестороннему продвижению продукции и услуг внимание уделяется далеко не в последнюю очередь. Если совместить русскую смекалку и характер с западным подходом к менеджменту, я уверена, получится нечто грандиозное.

Вы сказали, что на выставках прошлого года количество иностранных участников сократилось преимущественно за счет азиатских компаний. Ожидаются ли экспоненты из данного региона в этом году?

Если говорить о наших азиатских участниках, мы еще чувствуем влияние пандемии. В этом году в удаленном формате в выставках примут участие 70 компаний из континентального Китая, Гонконга и Тайваня. Удаленный формат означает, что на стендах данных компаний будут работать российские партнеры и представители, а также приглашенные китайскоговорящие специалисты, которые помогут заинтересо-

ванным посетителям выйти на связь с китайскими поставщиками и производителями.

Из каких еще стран ожидаются экспоненты?

В этом году мы ожидаем на площадке выставок одну индийскую компанию, новые участники из Австрии и Германии будут представлены через свои российские представительства. Традиционно большое количество компаний будет представлено из Беларуси, и также мы ожидаем коллективный стенд Республики Армения.

Заканчивая тему влияния пандемии, в тех обстоятельствах организатором выставок были расширены услуги в онлайн-формате. Насколько оказалась успешной эта практика? Какие онлайн-сервисы останутся доступными участникам выставок?

Да, в тот период, когда не было возможности организовывать мероприятия в офлайн-формате, мы предложили своим клиентам специализированные вебинары, чтобы предоставить им возможность поддерживать связь со своей аудиторией. Эта практика показала свою эффективность, однако это был краткосрочный тренд.

Сейчас мы отмечаем, что онлайн-формат не теряет своей актуальности для таких задач, как внутренние совещания или краткосрочное обучение, но если речь идет о выставках, то люди по-прежнему предпочитают личные встречи и живое общение. В то же время инструменты онлайн-продвижения бизнеса становятся всё более популярными, эта сфера активно развивается, и мы также предлагаем здесь ряд интересных возможностей.

В последнее время мы наблюдаем активное участие в различных отраслевых мероприятиях представителей смежных областей: вычислительной техники, информационных технологий, топливно-энергетического комплекса и др. Происходит ли подобное на площадке ExproElectronica и ElectronTechExpo?

Да, мы активно сотрудничаем с компаниями из различных смежных отраслей, в том числе в рамках деловой программы. Отраслевые консорциумы являются нашими надежными партнерами в этом отношении, и мы планируем развивать это направление в будущем.

Что нового планируется в рамках деловой программы в этом году? Какие мероприятия вы бы выделили как наиболее значимые?

Все мероприятия деловой программы достойны внимания, сложно выделить какие-то два или три. Но если говорить о новых сессиях, то в этом году впервые на площадке будут проведены мероприятия новых консорциумов.

Так, на конференции Ассоциации разработчиков и производителей «Консорциум средств, ресурсов и технологий производства высокотехнологичной продукции» (Консорциум «Базис») спикеры обсудят ход реализации Стратегии развития электронной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года в таких базовых сегментах, как средства производства, кадры, материалы, САПР.

В партнерстве с Консорциумом «Медицинская техника» впервые в рамках деловой программы мы коснемся применения современных электронных и радиоэлектронных технологий в высокотехнологичной медицине.

Также впервые на площадке мы проведем сессию по робототехнике: обсудим программу перспективного развития данного направления в условиях новой реальности вместе с Консорциумом робототехники и систем интеллектуального управления.

Еще одним важным событием станет подписание соглашений о сотрудничестве Консорциума «Пассивные электронные компоненты» с производственными консорциумами России при участии представителей государственных органов, руководителей производственных консорциумов и предприятий радиоэлектронной промышленности. В рамках церемонии ожидается ряд

выступлений по вопросам развития отраслевой и межотраслевой интеграции.

В рамках дискуссионного баттла в этом году мы хотим поднять необычную для нашей отрасли тему: «Промышленный дизайн в современной электронике в России: необходимость или излишество?». На наш взгляд, сейчас очень хорошее время, чтобы обсудить этот вопрос и наметить пути развития в сфере промышленного дизайна, поскольку в нашей стране есть множество компаний, занимающихся созданием электронной продукции, в том числе на контрактной основе, и сейчас активно обсуждаются возможности прорыва в области разработки отечественной радиоэлектронной аппаратуры гражданского назначения, средств производства, прочего оборудования, для которого эргономика и привлекательный внешний вид вполне могут оказаться важными для завоевания симпатий потребителей.

И еще из интересного: в этом году производители электроники могут получить в рамках выставки бесплатную консультацию специалистов по вопросам расширенной ответственности производителя. Это наш спецпроект с одним из партнеров в рамках развития тематики ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance – экологическое, социальное и корпоративное управление).

В этом году в рамках выставок во второй раз состоится премия Electronica. Были ли внесены изменения в регламент премии на основе первого опыта? Как вы оцениваете результаты прошлого года и что ожидаете от этого мероприятия в этот раз?

Самым важным изменением в работе премии в этом году стало то, что для обеспечения



объективности оценок мы пригласили профессиональное экспертное жюри. При этом сам принцип определения победителей остался прежним: номинанты получают призы в зависимости от итогов двух голосований – экспертного жюри и сообщества посетителей выставок.

Также в текущем году мы добавили несколько новых категорий, в которых компании могли подать заявку на участие, а именно «Промышленный дизайн», «Доверенная платформа» и «Базовые технологии и средства производства электроники».

В прошлом году в премии приняли участие 15 компаний, в этом году количество участников выросло до 19. Мы рады, что динамика положительная, особенно принимая во внимание активность аудитории: в онлайн-голосовании приняли участие почти 3,5 тыс. посетителей.

Члены жюри премии *Electronica* работали с большим интересом и самоотдачей, и мы надеемся, что их оценки позволят выявить наиболее достойных претендентов

Что касается голосования жюри, то оно тоже прошло в онлайн-формате. Члены жюри предварительно с большим вниманием изучили достижения каждого номинанта. Хотелось бы отметить, что они работали с большим интересом и самоотдачей, и мы надеемся, что их оценки позволят выявить наиболее достойных претендентов, способствуя престижности премии и дальнейшему росту количества и качества подаваемых заявок – не только в самых популярных категориях, таких как «Микро- и наноэлектроника» и «Базовые технологии и средства производства электроники», но и по другим направлениям, включая силовую электронику, промышленный дизайн, контрактное производство и контрактную разработку. Ведь в этих областях работает множество компаний, которым необходимо качественное продвижение на рынке.

Если заглянуть в будущее, каким вы видите дальнейшее развитие выставок *ExpoElectronica* и *ElectronTechExpo*? Какими представляются вам выставки 2023 года сейчас?

Мы продолжим организовывать лучшие выставки в России для отрасли микро- и радиоэлектроники. Полагаю, что, как и всей отрасли, нам придется нелегко, однако мы будем стремиться

к сохранению высоких стандартов качества, укреплению взаимоотношений с нашими клиентами и партнерами, привлечению новых участников и посетителей, улучшению повестки деловой программы.

Мы сделаем фокус на активном привлечении участников из дружественных стран Азии, а также рассмотрим другие потенциально интересные направления с точки зрения как импорта комплектующих, так и экспорта продукции, что актуально для наших производителей.

Также мы продолжим активную работу с отраслевыми консорциумами, направленную на привлечение на выставки производителей электроники для различных отраслей и содействие выстраиванию их взаимоотношений с потребителями.

Конечно, будем продолжать развивать нашу премию. Я верю в то, что с ростом ее популярности количество номинантов премии будет увеличиваться. В России много небольших компаний – разработчиков и производителей, для которых премия станет отличным инструментом для продвижения. И для мощных компаний это тоже хороший повод для того, чтобы поделиться информацией о своих новых разработках с широким кругом потенциальных заказчиков и партнеров.

Надеюсь также, что будут внедрены новые инструменты повышения эффективности работы для участников и посетителей, новостями о которых мы, конечно, сразу же поделимся со всей отраслью.

Уверена, что выставки не только не потеряют своей актуальности как трейдинговые площадки, но и укрепят свои позиции как мощного инструмента влияния на рынок, потому что выставка всегда отражает реальность, а в реальности у рынка есть постоянная потребность в решении своих бизнес-задач, даже в очень сложные времена. И именно те компании, которые представлены на выставках, являются самыми активными, устойчивыми и заслуживающими доверия партнерами. Опыт моих коллег показывает, что те выставки, которые прошли в феврале и марте, показали действительно вдохновляющие результаты. Компании, которые поначалу скептически относились к вопросу участия, потом благодарили организаторов за то, что всё состоялось и они смогли пообщаться со своими клиентами, провести плодотворные переговоры и наметить дальнейшие пути развития. Я желаю успешной работы всем нашим участникам, и до новых встреч!

Спасибо за интересный рассказ.

С. П. М. Мангушевой беседовал Ю. С. Ковалевский

24-я Международная выставка электронных компонентов, модулей и комплектующих

12-14 апреля 2022

Москва, Крокус Экспо

expoelectonica.ru

Получите билет
по промокоду **magazine**
на expoelectonica.ru

