

**ПРЕСС-РЕЛИЗ****Какова основная цель участия в отраслевых выставках?**

Любая компания, заинтересованная в активном продвижении на рынке своих товаров и услуг, рано или поздно задумывается об участии в отраслевых выставках.

Компания FLAMAX, предоставляющая полный спектр услуг в области проектирования, производства, поставки, монтажа и обслуживания резервуаров для хранения воды различного назначения, имеет длительный опыт участия в отраслевых выставках, и в этой статье мы хотим поделиться своими наблюдениями.

***Инструмент показательного маркетинга***

Отраслевые выставки направления B2B, безусловно, являются одним из наиболее распространенных и универсальных маркетинговых инструментов. Выставочная площадка - это рынок в миниатюре, где компактно представлены основные игроки, заказчики, партнеры, конкуренты.

В настоящее время выставочные мероприятия – это, в первую очередь, инструмент показательного маркетинга. Прошли те времена, когда выставки были, чуть ли не единственным источником информации о компаниях и их услугах в сфере B2B. Сегодня, во времена информационного бума, не так сложно найти поставщиков и партнеров для решения своих бизнес-задач по другим источникам (интернет, прямые продажи, реклама в печатных и электронных СМИ). Выставки же, в первую очередь, призваны показать уровень и статусность того или иного участника, произвести нужное впечатление на потенциальных клиентов и партнеров, сформировать и развивать положительный имидж компании.

Участие в выставке – довольно затратное мероприятие, как по финансам, так и по времени на подготовку. Поэтому для многих компаний очень актуален вопрос о необходимости и целесообразности участия в той или иной отраслевой выставке.

***Централизованные vs региональные выставочные мероприятия***

О том, по каким критериям определяется целесообразность участия в компании в той или иной отраслевой выставке, нам рассказывает **Сергей Сахвон, коммерческий директор компании «ФЛАМАКС»** (в силу своей должности и опыта, он непосредственно принимает такие решения).

*- Наша компания регулярно участвует в одной из самых крупных в России международных выставок - Securika/MIPS. На ней бывает представлен широкий спектр современных технических средств охраны и оборудования для обеспечения безопасности и противопожарной защиты.*

*Обширен и список компаний, регулярно участвующий в данном мероприятии. Так, в 2017 году выставку Securika Moscow посетили более 18 тысячи специалистов из 50 стран и 76 регионов России.*

*В этом году ожидается не меньшее по масштабности выставочное мероприятие с деловой программой и форумом по различным узконаправленным тематикам.*

*Однако в прошлом, 2017 году, мы решили опробовать свои силы в региональных B2B отраслевых выставочных мероприятиях.*

*Так, в мае наша компания представила свой основной продукт – сборный стальной резервуар для воды на XIX выставке «Чистая вода» в Нижнем Новгороде. В сентябре мы приняли участие в отраслевой выставке AQUAPROM-URAL, которая проходила в рамках недели отраслевых выставок и международных форумов GRAND EXPO-URAL в Екатеринбурге. И в начале зимы, в декабре 2017 года, компания FLAMAX приняла участие в 8-й специализированной выставке и конгрессе «Чистая вода. Казань», которая проходила в Казани (Татарстан).*

*Целый год регулярного участия в региональных отраслевых выставках позволил нам сделать определенные выводы.*

*Безусловно, региональные выставки обладают рядом преимуществ, по сравнению с международными и масштабными мероприятиями, проходящими в Москве. К плюсам здесь можно отнести следующие параметры:*

- *довольно низкая стоимость участия в целом (регистрационный взнос, затраты на организацию стенда, сопутствующие услуги);*
- *возможность ярко выделиться на фоне небольшого количества участников;*
- *частое присутствие представителей региональных властей: первых лиц министерств, глав муниципалитетов и т.д.*

*- Однако все эти положительные моменты перекрываются довольно низкой эффективностью региональных выставок с точки зрения формирования и поддержания имиджа компании.*

*А вот, что по этому поводу думает Павел Кукин, руководитель маркетингового отдела ООО «ФЛАМАКС»:*

*- Объективно региональные выставки пока не дотягивают по масштабности и составу участников до централизованных мероприятий. Статусные компании, лидеры нашей отрасли, а также компании, стремящиеся к подобному уровню, предпочитают участвовать в московских выставках. И связано это, прежде всего, с возможностью поднять и укрепить имидж компании.*

*- Я считаю, что имиджевая составляющая играет немаловажную роль в узнаваемости товаров и услуг, стимулирует продвижение компании на рынке. При этом имидж – величина непостоянная, его необходимо постоянно поддерживать и развивать. Поэтому в этом году мы решили сосредоточить свое внимание на московских отраслевых мероприятиях.*

### ***Фокус внимания***

К каким же выводам мы пришли, выслушав мнение двух опытных специалистов компании ФЛАМАКС?

Для формирования и поддержания имиджа компании достаточно участвовать в статусных выставочных мероприятиях не чаще двух-трех раз в год. И, чтобы усилия по созданию презентабельного внешнего вида не пропали даром, важно тщательно готовиться к общению с посетителями выставки: обучать персонал, готовить раздаточные рекламные материалы и брендированную сувенирную продукцию, приглашать своих реальных и потенциальных клиентов. Также необходимо грамотно обрабатывать полученную информацию после завершения выставочных мероприятий. Для этого можно составить инструкцию работающим на стенде специалистам, какого рода информацию о потенциальных клиентах необходимо собирать, каким образом и где ее заполнять, каким образом ее обрабатывать после выставки и т.д.

В 2018 году мы планируем сфокусировать свое внимание на высокостатусных централизованных мероприятиях и будем участвовать как минимум в двух крупных отраслевых выставках.

Об одной Сергей Сахвон уже упоминал выше - это международная выставка Securika Moscow, которая будет проходить *20-23 марта 2018* в ЦВК "Экспоцентр".

Вторая, не менее значимая для нас, - это выставка и водный форум ЭКВАТЭК. Она состоится 25 – 27 сентября в Крокус Экспо и на ней лидеры отрасли представят современные технологии и решения для коммунального и промышленного водоснабжения, водоподготовки и очистки сточных вод, строительства и эксплуатации трубопроводных систем, а эксперты рассмотрят актуальные вопросы развития водного сектора страны.

Компания FLAMAX представит здесь свои инновационные разработки – быстросборные стальные резервуары с гидроизолирующей мембраной собственного производства.

### ***Контакт для прессы:***

*Кукин Павел*

*Телефон: +7 (927) 247-78-87*

*E-mail: p.kukin@flamax.ru*