

ВЫСТАВКА информ

газета о выставочно-ярмарочной деятельности на Дальнем Востоке

№ 2 (II)

2006 г.

СОВЕТЫ

УЧАСТНИКАМ ВЫСТАВОК

от американского специалиста Р. Джона

Выставки оказывают существенное влияние на объем продаж компаний-экспонентов, вне зависимости от того, в какой области они осуществляют свою деятельность.

Исследования, проведенные в Англии и США, показали, что успех выставки на 80% зависит от подготовки и настроения персонала. Все ваши усилия окажутся тщетными в случае, если сотрудники с неохотой работают при проведении выставки. Тем не менее, мало кто уделяет внимание этому важному аспекту.

Многие компании предпочитают действовать методом кнута и пряника или воспользоваться услугами персонала, который не упустит возможность приятно провести время за беседой со старыми приятелями, вместо того, чтобы работать, и при этом требует солидную зарплату.

При таком отношении вряд ли можно достичь желаемой цели. Многие компании, избравшие

подобную тактику, позже сетуют на неудовлетворительные результаты. На самом деле, виной тому — неудовлетворительная работа персонала при организации выставки. Зная об этом, мы рады возможности дать Вам несколько советов, которые, надемся, помогут вам извлечь максимальную выгоду из денег, вложенных в проведение выставки.

ОБЪЯСНИТЕ ПЕРСОНАЛУ, ВО ЧТО ВАМ ОБХОДИТСЯ ПРОВЕДЕНИЕ ВЫСТАВКИ

Подсчитайте общую стоимость проведения выставки, разделите сумму на количество задействованных в работе сотрудников, а затем — на количество часов, в течение которых будет проходить выставка.

Как правило, полученная в результате сумма превышает 100 фунтов (мы сталкивались с такими случаями, когда цифра достигала 500 фунтов).

Большинство сотрудников шокируют подобные

В выпуске:

СОВЕТЫ УЧАСТНИКАМ ВЫСТАВОК	
ОТ АМЕРИКАНСКОГО СПЕЦИАЛИСТА Р. ДЖОНА	
Новости, анонсы	1-2
VII СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА «МОЙ САД - МОЕ БОГАТСТВО-2006»	3
ФОРУМ ВЕСЕННИХ ВЫСТАВОК «ТЕКСТИЛЬ И МОДА -2006», «ВЕСЕННИЙ ПОДАРОК-2006»	6
ТИПЫ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВОК	8-9
КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК	10-11
МАРТ-МАЙ 2006 г.	12

цифры и, соответственно, они понимают, что опоздания, долгие перерывы на чашечку кофе и вялая работа обходятся им слишком дорого.

ПОМНИТЕ: ВЫСТАВКУ ПОСЕЩАЮТ СЕРЬЕЗНЫЕ ЛЮДИ

Покупатели посещают выставки с определенной целью и требуют к себе должного внимания. Ни в коем случае нельзя игнорировать посетителей. Топ-менеджмент часто приходит на выставку с целью завязать контакты с новыми фирмами для дальнейшего сотрудничества. Но руководители могут остаться незамеченными, находясь среди младшего персонала и многочисленных посетителей. Часто у них просто нет возможности лично пообщаться с продавцом. И, тем не менее, они здесь, под самым носом, так что не упустите возможности поговорить с ними!



ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ РАБОТЫ В ОФИСЕ

Выставочный центр предоставляет вам нейтральную территорию, и то, каким образом осуществляется работа, зависит от вас. Выставка дает возможность общаться с посетителем лицом к лицу в более или менее неформальной обстановке. Поэтому для того, чтобы найти подход к клиенту, ведите с ним непринужденную беседу. Поверьте, это творит чудеса! Исследование, проведенное в США, показало, что выставочная деятельность способствует дальнейшему тесному деловому сотрудничеству лучше, чем любой другой способ торговли.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Важно учитывать специфику потенциальной аудитории. Выставки привлекают внимание людей самых разных категорий и профессий: покупателей, работников средств массовой информации, рекламных агентов, иностранных посетителей, посредников, непосредственных потребителей продукции, людей, ищущих работу и т.д. Поэтому не надейтесь, что во всех этих случаях вы сможете разыгрывать один и тот же спектакль.

ПОМНИТЕ О ВРЕМЕНИ

Во время работы на выставке персонал всегда должен помнить о том, что у потенциальных клиентов время расписано по минутам, ведь им необходимо изучить другие стенды, посетить семинары и присутствовать на официальных обедах. Следовательно, презентация не должна занимать больше 10 минут.

НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О ЦЕЛИ ВАШЕЙ РАБОТЫ

Многие экспоненты уверены в том, что их основная задача

при работе на выставке — распространять брошюры, сувениры и угощать посетителей бесплатным кофе (!). На самом деле, их цель заключается в другом, а именно — в общении с потенциальными деловыми партнерами. В двух словах это значит, что...

НЕОБХОДИМО ЧЕТКО СФОРМУЛИРОВАТЬ ЦЕЛЬ РАБОТЫ

...Вы должны точно знать, чего хотите. В противном случае, как вы поймете, добились ли вы желаемого результата, участвуя в выставке, если не осознаете, к чему стремитесь?

Ваши цели должны быть конкретными, достижимыми, реальными и соответствующими тому количеству времени, которым вы располагаете. Формулировки



Выставочный мост
Выставки, ярмарки, семинары, СКИДКИ, выставочный сервис, виртуальные выставки, инвестиции, новости
<http://www.vmost.ru>

такого характера — «Мы должны привлечь столько-то посетителей...» — неуместны. Поставьте перед собой такие цели, как общение с представителями прессы, встреча с бывшими клиентами, укрепление уже существующих связей.

ВЫСТАВКА — ЭТО НЕ ПРОСТО «ОХОТА ЗА НОВЫМИ ИМЕНАМИ»

Для многих экспонентов выставка — не более чем «охота за новыми именами». Они глубоко заблуждаются. Если вам нужны только имена, купите телефонный справочник. То, что вам на самом деле нужно — более полная информация о потенциальных партнерах. В конце концов, нет никакого смысла в том, чтобы рассылать свои проспекты журналистам или людям, которые просто ищут работу.

ДОВОДИТЕ НАЧАТОЕ ДО КОНЦА

Нет никакого смысла принимать участие в выставке, если в дальнейшем вы не используете представившуюся вам возможность наладить более тесный контакт с новыми людьми. Это очевидно, не так ли? И, тем не менее, в 70 случаях из 100 компании упускают свой шанс, что является неопределимой потерей.

Во-первых, необходимо четко определить, насколько перспективен тот или иной клиент. Очень часто экспоненты обходят стороной действительно выгодных потенциальных партнеров из-за неумения адекватно оценить перспективность дальнейших деловых отношений.

И второе: действуйте без промедления. Сразу же договаривайтесь о дальнейшей встрече с интересующими вас людьми. Как правило, после участия в выставке вы становитесь обладателем целой коллекции визитных карточек и, конечно же, полны благих намерений. Но время не стоит на месте и, вернувшись к привычному режиму работы, вы бросаетесь улаживать срочные дела, накопившиеся за время вашего отсутствия. Таким образом, визитные карточки, встречи с потенциальными деловыми партнерами, с которыми вы завязали контакты на выставке — все это откладывается в долгий ящик и очень быстро теряет свою актуальность.

НАСЛАЖДАЙТЕСЬ РАБОТОЙ!

Как правило, успех обходит стороной тех, кто просто «сторожит» свой стенд со скучающим выражением лица. Между тем, секрет успеха прост: работайте, и тогда выставка будет работать на вас!

Источник: Ричард Джон,
управляющий директор RJA GB Ltd,
пер. С. Рафиковой
www.marketingpro.ru

Новости, анонсы

Якутия примет участие в выставке «Байкалтур»

Десятая юбилейная выставка «Байкалтур» соберет более 100 туристических компаний.

Как передает корреспондент Дейта-Тур, информация об этом прошла на официальном туристическом портале Якутии. Выставка будет проходить с 1 по 3 марта в павильонах «СибЭкспоЦентра» в Иркутске.

В десятый раз в город съедутся представители региональных органов управления туризмом, туристического бизнеса и курортных организаций, чтобы продемонстрировать свой потенциал, наработать новые технологии и установить новые связи.

Традиционно выставка «Байкалтур» приурочена к фестивалю зимних игр на Байкале «Зимняда», презентация которого пройдет 3 февраля в Москве.

ОАО «Сибэкспоцентр» представляет Якутии 6 кв. метров выставочной площади для размещения коллективной экспозиции. Заявки принимаются до 10 февраля.

Источник: ИА «Дейта.Ru»

Приморский туризм не заинтересован в европейском направлении

Ни одна туркомпания Приморья не примет участие в предстоящей Мадридской туристической выставке.

Как пояснил информационному агентству Дейта.RU глава краевого комитета по туризму Сергей ПЫСИН, для приморских турфирм эта выставка не представляет интереса. Из-за дорогой транспортной составляющей путевок

приморские фирмы не работают с европейскими, а только перепродают путевки московских фирм.

Однако многие туристические компании края планируют принять участие в туристических выставках в Берлине, Токио, Шанхае и других, проходящих в странах АТР. Также Приморские туристические агентства примут участие во всероссийской выставке «Турмаркет» в Москве, где представят потенциальным партнерам туры в Китай, Японию, Южную Корею, Таиланд.

Источник: ИА «Дейта.Ru»



Пути распространения

газеты «ВЫСТАВКА-Информ»:

на торгово-промышленных выставках-ярмарках ДВ региона;
адресная (по заказу рекламодателей)
и безадресная рассылка
по предприятиям каждого номера
перед крупными выставками.

**ВЫСТАВКА**
информ

газета о выставочной деятельности на Дальнем Востоке

Издатель и учредитель:Информационно-выставочное
агентство «Silta-Expo»

АБОНЕМЕНТ на газету

Прошу оформить подписку на газету «ВЫСТАВКА-Информ» на 1 год (12 номеров)

☐ доставка почтой - 240 руб.☐ доставка курьером (в пределах г. Владивостока) — 120 руб.

/ оплачивается только стоимость доставки /

начиная с (дата)

Куда (адрес с почтовым индексом):

Наименование организации

Контактное лицо (Ф.И.О.)

Телефон: Факс:

E-mail:

Копию заполненного абонемента отправьте по факсу: (4232) 368-220

www.sakhexpo.ru



www.mtpa.info

4-я - специализированная выставка

16-18 мая 2006 года

САХАЛИНСТРОЙЭКСПОРоссия, Сахалинская область,
г. Южно-Сахалинск**Разделы выставки:**

Промышленное и жилищное строительство, строительные и отделочные материалы, строительные конструкции. Проекты жилищного строительства. Недвижимость. Строительная и дорожная техника, инструмент и оснастка. Инженерные сети, санитарно-техническое оборудование. Водоснабжение и канализация. Теплоснабжение. Газоснабжение. Системы кондиционирования и вентиляции. Электротехническое оборудование. Электроснабжение. Сети связи. Противопожарная и охранная сигнализация. КИП и автоматика. Технологическое оборудование. Окна, двери, кровли строительные изделия. Архитектура, архитектурное проектирование. Строительная экология: парки, сады, скверы. Ландшафтное проектирование. Дизайн интерьеров. Дорожные работы: тротуары, дороги, проезды. Проекты промышленного строительства. Реконструкция и развитие. Юридические услуги. Наружная реклама. Инвестиционные проекты. Страхование. Повышение квалификации кадров. Программное обеспечение.

Организаторы выставки:

"Сахалинский Экспоцентр"
г. Южно-Сахалинск
www.sakhexpo.ru



Международное
торгово-промышленное агентство
www.mtpa.info



При содействии и участии:
Администрации Сахалинской области

www.sakhexpo.ru



www.mtpa.info

8-я Международная
специализированная выставка**"НЕФТЬ. ГАЗ. ИНФРАСТРУКТУРА /
SIGOLD"****22 - 24****АВГУСТА 2006 г.**Россия, Сахалинская область,
г. Южно-Сахалинск**Организаторы выставки:**

"Сахалинский Экспоцентр"
г. Южно-Сахалинск
www.sakhexpo.ru



Международное
торгово-промышленное агентство
www.mtpa.info



При содействии и участии:
Администрации Сахалинской области

Информационно-выставочное агентство "SILTA-EXPO" принимает предварительные заявки на участие в первой Дальневосточной научно-практической конференции

"ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ЧАСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА"

Основные направления работы конференции:

- состояние, перспективы и проблемы развития выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД) на Дальнем Востоке России;

- сотрудничество органов власти и бизнеса в развитии ВЯД;

- роль и место ВЯД в развитии отраслей отечественной промышленности;

- проблемы таможенного оформления выставочных экспонатов;

- выставки как инструмент маркетинга;

- выставочный менеджмент;

- выставочный сервис (мобильные стенды, проекционное оборудование, полиграфия и др.);

- научные и образовательные аспекты выставочной деятельности (курсы, семинары, тренинги).

По итогам конференции будет издан сборник статей.

Подробную информацию о сроках проведения и условиях участия Вы можете узнать, отправив запрос по электронной почте: silta@inbox.ru

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ ВЫСТАВОК!

В I квартале 2006 г. Информационно-выставочное агентство «Silta-Expo» проводит **маркетинговое исследование «Анализ эффективности выставочно-ярмарочных услуг в Дальневосточном регионе».**

Форма исследования: анкетирование предприятий и организаций всех форм собственности, принимающих участие в торгово-экономических выставках.

Результаты анкетирования будут рассмотрены муниципальными органами власти для поиска новых путей повышения уровня развития выставочно-ярмарочной сферы региона. Итоги исследования будут опубликованы на страницах газеты «ВЫСТАВКА-Информ».

*С пожеланиями успехов
Вашему бизнесу,*

*Информационно-выставочное
агентство «Silta-Expo»*

АНКЕТА УЧАСТНИКА ВЫСТАВОК

1) В Вашей компании вопросами участия в выставках занимается:

- | | |
|---|--|
| ☐ генеральный директор | ☐ менеджер по рекламе |
| ☐ заместитель генерального директора | ☐ секретарь |
| ☐ коммерческий директор | ☐ кому поручат |
| ☐ маркетолог | ☐ другое _____ |

2) По Вашему мнению, участие в выставках необходимо, для того, чтобы:

- | | |
|--|--|
| ☐ найти новых клиентов и партнеров | ☐ для поддержания имиджа и известности компании |
| ☐ повысить уровень продаж продукции и услуг | ☐ другое _____ |

3) Как часто Ваша компания принимает участие в торгово-экономических выставках:

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ 2 раза в год | ☐ 1 раз в 2 года |
| ☐ 1 раз в год | ☐ другое _____ |

4) Ваша компания начинает подготовку к выставке за:

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ 1,5 года | ☐ за 2 месяца |
| ☐ 1 год | ☐ за 1 месяц |
| ☐ 6 месяцев | ☐ за 2 недели |
| ☐ 3 месяца | ☐ другое _____ |

5) Основными недостатками проведения выставок в ДВ регионе Вы считаете:

- | | |
|---|---|
| ☐ высокая стоимость участия | ☐ низкая материально-техническая база выставочных павильонов |
| ☐ отсутствие рекламы о месте и времени проведения выставок | ☐ низкий уровень участия СМИ в освещении выставок |
| ☐ отсутствие специализированного выставочного центра | ☐ другое _____ |

☐ выставки мало посещаемы специалистами

6) С какими из нижеуказанных проблем Вы столкнулись во время участия в выставках:

- | | |
|---|---|
| ☐ отсутствие раздевалок и места для хранения личных вещей и экспонатов | ☐ отсутствие копировально-множительных услуг, интернета и т.п. |
| ☐ отсутствие пунктов питания на территории выставочного зала | ☐ другое _____ |

7) Заинтересована ли Ваша компания в получении дополнительного образования в сфере выставочного бизнеса:

- | | |
|---|---|
| ☐ да | ☐ нет, знаний достаточно |
| ☐ да, при условии проведения обучения преподавателями из г. Москвы или г. Санкт-Петербурга | ☐ другое _____ |

Название компании: _____

Сфера деятельности: _____

Адрес: _____

Тел.: _____

E-mail: _____

ФИО: _____

Должность: _____

Подпись _____ Дата «__» _____ 2006 г.

М.П.

Просим Вас заполненную и заверенную анкету отправить по факсу (4232) 368-220 или в отсканированном виде по электронной почте silta@inbox.ru.

VII специализированная выставка «МОЙ САД - МОЕ БОГАТСТВО-2006»

В рамках весеннего форума выставок со 2 по 5 марта 2006 года пройдет седьмая специализированная выставка «Мой сад — мое богатство-2006».

Вниманию специалистов и гостей **будут представлены:** садово-огородный инвентарь, рабочая одежда, удобрения и средства защиты растений, семена, посадочный материал. Тех-

ника и оборудование для садоводства и огородничества, пчеловодства, птицеводства, животноводства. Строительство дач, коттеджей, теплиц, парников. Ландшафтная архитектура, фитодизайн, садовый дизайн, флористика. Зоотовары, корма, ветеринарные услуги. Литература, видеофильмы, компакт-диски.

Отраслевую поддержку выставки оказывают Министерство сельского хозяйства Хабаровского края, Хабаровский межрайонный Союз садоводов.

О росте популярности данной выставки свидетельствует то, что число участников растет. В данной выставке примут участие 30 фирм, представляющих различные тематические разделы выставки. Это фирмы, известные в масштабах страны и Дальнего Востока: ООО «Агрофирма «СеДеК» (г. Москва); ЗАО «Фирма «Август» (г. Москва); Фирма «Акра» (г. Иркутск); ООО «Биотекс Агро» (г. Хабаровск); Институт водных экологических проблем ДВО РАН

(г. Хабаровск); ООО «Посейдон» (г. Хабаровск); ИП Поршков А.М. (г. Хабаровск); ООО «Агрохимия» (г. Хабаровск); ООО «Агрофирма «Дальневосточные семена» (г. Хабаровск); ООО «ТПЦ «Фермер Приамурья» (г. Хабаровск); ООО «Зеленый сад» (г. Хабаровск); ООО «Русский отдых» (г. Хабаровск); ООО «Хускварна» (г. Хабаровск); ООО «Дальсбыт» (г. Хабаровск); ИП Шалашнова Э.С., Компания «Пчелка» (г. Благовещенск, Амурская область) и другие участники.

В программе выставки наряду с традиционными мероприятиями, состоится конкурс для производителей «Золотая медаль Хабаровской международной ярмарки». 4 марта с 11.00 до 15.40 ч. пройдет значимый для специалистов и посетителей выставки **семинар: «Проблемы и перспективные технологии возделывания сельскохозяйственных культур, ландшафта и дизайна в фермерских и садово-огороднических хозяйствах Хабаровского края»;**

соорганизаторы семинара: Министерство сельского хозяйства Хабаровского края, Дальневосточный ордена ТКЗ НИИСХ; Хабаровский межрайонный Союз садоводов; Хабаровский государственный технический университет; Институт водных и экологических проблем ДВО РАН. Место проведения: конференц-зал легкоатлетического манежа стадиона им. В.И. Ленина.

Место проведения: г. Хабаровск, легкоатлетический манеж стадиона им. В.И. Ленина

Время работы: с 10.00 до 18.00 ч.

Организатор: ОАО «Хабаровская международная ярмарка»

Устроитель: Министерство экономического развития и внешних связей Хабаровского края

Пресс-центр ОАО «Хабаровская международная ярмарка»

ОАО «Хабаровская
международная ярмарка»
в сфере выставочного
бизнеса 12 лет!

VII специализированная выставка

МОЙ САД - МОЕ БОГАТСТВО 2006

ХАБАРОВСК
 легкоатлетический манеж
 стадиона им.Ленина
 с 10.00 до 18.00

2-5 МАРТА

ОАО „Хабаровская международная ярмарка“
Директор проекта: Галютина Татьяна Георгиевна - fax: (4212) 34-19-70
Менеджер: Грушевская Маргарита - fax : (4212) 34-76-14, empire@expo.kht.ru

- выставочное оборудование
- стендеры, промо-стойки
- сувенирная продукция
- полиграфия
- листовки, буклеты
- стикеры, самокопир
- журналы
- интерьерная фотопечать

ооо "Всё Сначала"

г. Владивосток,
ул. Фадеева, 8
т. 63-02-72, 909-266



ФОРУМ ВЕСЕННИХ ВЫСТАВОК: «ТЕКСТИЛЬ И МОДА-2006», «ВЕСЕННИЙ ПОДАРОК- 2006»

Правительство Хабаровского края, Министерство промышленности, транспорта и связи Хабаровского края; управление по торговле, бытовому обслуживанию и пищевой промышленности Администрации г.Хабаровска; ОАО «Хабаровская международная ярмарка» имеют честь пригласить Вас посетить IV специализированную выставку «Текстиль и мода-2006» и универсальную выставку «Весенний подарок», которые состоятся 2-5 марта 2006 года в легкоатлетическом манеже стадиона им. В.И. Ленина г. Хабаровска.

Специализированная выставка «Текстиль и мода-2006», а также универсальная выставка «Весенний подарок» открыты для всех специалистов индустрии моды и красоты. Это место встречи ведущих промышленных предприятий и торговых компаний, оптовых покупателей, представителей розничной и оптовой сети, прессы и покупателей. Выставка не только предоставляет возможность узнать о новейших разработках и технологиях, но и способствует расширению деловых контактов, поиску новых перспективных партнеров.

Тематические разделы выставок: Сырье и оборудование, текстиль для производства одежды, домашний и технический текстиль, одежда, обувь, головные уборы, аксессуары текстильной и легкой промышленности. Подарки, украшения, ювелирные изделия, сувениры, парфюмерно-косметическая продукция, оборудование и аксессуары для салонов красоты и оздоровительных центров.

Более 60 участников из Республики Саха (Якутия), Республики Беларусь, Новосибирской области, г. Москвы и Хабаровс-

кого края, ЕАО, Приморского края представят на выставке различные товары текстильной и легкой промышленности.

Это женская и мужская одежда, детская одежда; трикотажные изделия; стильная одежда молодежного направления; головные уборы, швейные изделия; мужская, женская и детская обувь; одежда для спорта и отдыха; льняные изделия; трикотаж, белье, галантерея, бижутерия; товары для дома, картины, gobелены, а также подарки, украшения, ювелирные изделия, сувениры, парфюмерно-косме-

ТЕКСТИЛЬ

ВЫСТАВКИ

ВЕСЕННИЙ ПОДАРОК

2-5 МАРТА

с 10.00 до 18.00
ХАБАРОВСК
 легкоатлетический манеж
 стадиона им. В.И.Ленина

ОАО «Хабаровская международная ярмарка»
 Директор проекта: Галютина Татьяна Георгиевна, fax: (4212) 34-19-70
 Менеджер: Черепанова Мария, fax: (4212) 34-09-92, masha@expo.kht.ru

тическая продукция, оборудование и аксессуары для салонов красоты и оздоровительных центров.

Некоторые фирмы-участники продемонстрируют продукцию на выставке в нашем городе впервые: ООО «ТД «Астра» (г. Новосибирск); ООО «Юнтекс-Маркет» (г. Новосибирск); ИП Прилоус С.В. (г. Бердск); ИП Воропаева Е.А. (г. Елизово); Торговый отдел Генерального Консульства Республики Корея (г. Владивосток). Многих, уже известных хабаровчанам участников, Вы сможете встретить и на этот раз: ЗАО «Комсомолка» (г. Комсомольск-на-Амуре); МУП «Дом бытовых услуг» (г. Комсомольск-на-Амуре); ООО «Мега Текс», ТМ «Формула сна» (г. Хабаровск); ИП Коледа О.В., «Сладкий сон» (г. Биробиджан, ЕАО); ИП Аюханова О.В., магазин «Солнышко» (г. Хабаровск); ОАО «Текстильный торговый дом «Яковлевский» (г. Москва), ИП Сорокин С.Ю., Салон модной одежды «Исида»; ИП Войтенко А.Г., ТМ «Золотая нить»; ГОУ «Учебный центр занятости населения Хабаровского края» (г. Хабаровск); ООО «Стильная спецодежда» (г. Хабаровск); ООО «Компания «Саха Таас» (г. Нерюнгри, Якутия).

Все четыре дня выставки будут сопровождаться насыщенной деловой программой, в которую войдут показы моделей одежды, презентации, профессиональные конкурсы. Сразу после официального открытия выставки, 2-го марта в 12.30 ч. Министерство промышленности, транспорта и связи Хабаровского края, Министерство пищевой промышленности и потребительского рынка Хабаровского края проведут «круглый стол» на тему «Легкая промышленность — проблемы и перспективы». Затем с 14.00 до 18.00 ч. пройдут два семинара: 1) «Направление моды. Особенности конструирования в соответствии с направлением моды», проводит ГОУ СПО «Хабаровский технологический колледж»; 2) «Мода / маркетинг — 2006, 2007», проводит ООО «НАТАННЖ»,

Интерофис — Мода. Маркетинг. Дизайн (НИО), г. Москва, официальный представитель журнала «TEXTILWIRTSCHAFT» (Германия) в СНГ. Также пройдет ряд мастер-классов для специалистов текстильной индустрии с демонстрацией журналов «FMD» (Fashion. Marketing. Design).

3-го марта в 10.00 ч. пройдет конкурс «Лучший закройщик города Хабаровска», который проведут управление торговли, питания и бытового обслуживания и учебный центр службы занятости населения Хабаровского края.

В четверг, 4-го марта в 12.00 ч. ювелирный магазин «Весна» проведет розыгрыш призов среди своих покупателей. Посетителей выставки ждет показ моделей — номинантов конкурса «Золотая медаль Хабаровской международной ярмарки», а также победителей конкурса «Лучший закройщик города Хабаровска».

На этом феерия моды и красоты не окончится, в воскресенье состоится презентация школы фотомodelей манекенщиц Дальневосточного театра моды Анны Карпусь. На протяжении почти всей выставки учебный центр «Оле-Хаус» на своем экспоместе будет проводить мастер

классы для тех, кто заботится о здоровье и красоте ногтей: «Креативный маникюр от «Creative Nail Design», «Аквариумный дизайн», «Художественное покрытие ногтей», «Мода и ногти», «Маникюр, массаж...», «Новинки гелевого дизайна».

Информация о выставке в специализированных изданиях, региональных СМИ, проведение рекламной кампании на теле- и радиоканалах, в сети Интернет, размещение афиш на улицах города и другие средства обеспечат широкое привлечение заинтересованных организаций, специалистов, частных лиц.

Место проведения:

г. Хабаровск,
легкоатлетический манеж
стадиона им. В.И. Ленина

Время работы:

с 10.00 до 18.00 ч.

Организатор:

ОАО «Хабаровская международная ярмарка»

Устроитель:

Министерство экономического
развития и внешних связей
Хабаровского края

Пресс-центр ОАО «Хабаровская
международная ярмарка»

EXPONET

Выставки России, СНГ и мира

Проект **EXPONET.RU** является ведущим выставочным порталом в рунете. На его страницах информация о более 2300 предстоящих торгово-промышленных выставках с подробным описанием, условиями участия, более 2000 каталогов участников всевозможных выставок.

Прямо на сайте можно:

- Оформить участие в выставке
- Заказать строительство стенда
- Взять в аренду выставочное оборудование
- Разместить рекламу в СМИ
- Заказать рекламные услуги
- Получить приглашение для посещения выставки
- Посмотреть каталоги участников и фотогалереи выставок

Участниками проекта за 8 лет стали тысячи предприятий России. Выставочный портал постоянно расширяет свои программы сотрудничества и партнерства со всеми возможными организациями, так или иначе связанными с выставочным бизнесом.

www.exponet.ru

Типы посетителей выставок

Предложенная классификация групп целевой аудитории выставочного мероприятия позволит облегчить задачу персонала стенда по установлению специфики каждого типа и адаптации к ней своего поведения.

Рационалисты

Они планируют, кого им посетить, еще не выходя из офиса, и перемещаются по территории ярмарки (выставки) со своим «распорядком дня» в руках. Их негибкость может уступить лишь под искусным давлением и, естественно, при условии, что экспонаты не противостоят целям, которые они ставят перед собой. Посетители этого типа - профессионалы и обычно бывают достаточно холодны в общении, мало эмоциональны, в связи с чем и подход к ним требует деловитости, четкости и высокого уровня информированности.

Фланеры

Поклонники многолюдных стендов. Они любят бывать там, где проводятся различные мероприятия, и приходят в восторг, когда их приветливо встречают около рабочего места той или иной фирмы. Они обычно болтливы, но не наивны и совершенно точно знают, чего хотят. Поскольку среди посетителей их достаточно много, возле стенда всегда царит живая атмосфера.

Неуверенные в себе

Страдают отсутствием самоуверенности и толпятся на стендах, собирающих много посетителей. Они терпеливы, когда нужно подождать, но, вместе с тем, требовательны. Им необходимо время, чтобы выразить свои намерения, и в их поведении часто сквозит недоверие.

Таким посетителям не стоит подчеркивать их слабость, наоборот, следует с уважением относиться к ним и создать впечатление, что для вас настоящая удача то, что они подошли именно к вашему стенду.

Своевластные

Хотят диктовать свои условия, высокомерны, нередко отличаются чрезмерным эгоизмом.

Однако при правильном подходе они быстро делаются доступными, просто им, нужно дать шанс почувствовать свое превосходство.



Коммуникация с таким посетителем должна непременно включать выражения типа: «Вы подход», например, «в рамках Вашей программы и в соответствии с Вашими требованиями, мы...». Каждая фраза экспонента должна быть проникнута уважением к их принципам. Они очаровываются, видя, что вы делаете записи в процессе разговора с ними, и получают удовольствие, что у вас богатый лексикон, и вы владеете искусством комплимента.

Нервные

Представляют собой сложный случай для персонала стенда. Становятся управляемыми только при условии, если ощутят уверенность в себе при вашей уступчивости в принятии их предложений. Зачастую к этой категории посетителей относятся люди, которые в компании играют не свойственную им роль. Они с трудом принимают решение, отторгают всякого рода новаторские предложения. Им больше подходит рутинная, консервативная. Они ценят у работников выставки скромность и сдержанность.

Новаторы

Ищут «новинки» и нуждаются в доказательствах. Тем не менее, они готовы рисковать и претендуют на безмерную поддержку со стороны экспонента. Часто у них бывают собственные взгляды на новаторство, которыми они делятся и гордятся.

Коммуникация с таким посетителем требует уважения к этой их особенности и создания у них впечатления, что благодаря своему решению посетить ваш стенд они откроют новые горизонты в области конкуренции.

Консерваторы

В противоположность «авангардистам» — новаторам они предпочитают «классический арсенал». Они настойчиво требуют последовательности, строги в ценах и втайне боятся чего бы то ни было нового. Это трудный и не терпящий давления посетитель, поэтому даже аргументация, например по какому-либо техническому улучшению, должна быть сформулирована в терминах, к которым они привыкли.

Случайные

Люди с интересами, мало причастными к продукции экспонента. Они действуют в соответствии со случайными побуждениями, импульсивно и нередко в интересах третьих лиц. Ограничиваются поверхностной информацией и интересуются только товарностью продукта. Правильная коммуникация может пробудить у такого «случайного» посетителя заинтересованность в каком-либо из ваших товаров.

Туристы

Речь идет о лицах, производящих серьезное впечатление, однако в действительности не имеющих специальных интересов, но располагающих массой свободного времени. Они обычно толпятся на стендах, где проходят различные мероприятия (шоу), чтобы получить какой-нибудь сувенир или даже воспользо-

оваться предлагаемым угощением! Опытный персонал легко выделит их из массы посетителей и соответствующим образом будет с ними общаться.

«Воображалы»

Обычно это люди высокомерные, со стремительными движениями, считающие ниже своего достоинства разговаривать с простым сотрудником стенда и всегда требующие руководителя. После того как сначала они превознесут значительность своей компании и важность исполняемой ими роли, оказывается, что они в ней, что пятое колесо в телеге, то есть не способны принять на себя каких-либо обязательств. Даже опытным сотрудникам стенда трудно различить их с первого взгляда. Однако после двух-трех искусно поставленных вопросов они «спускают пары» и предпочитают ретироваться, во всяком случае, уже без того гонора, с которым явились.

«Проспектоеды»

Люди, в основном жизнерадостные, которые, не имея терпе-

ния выслушать что бы то ни было, с жадностью набрасываются на печатные материалы и, набрав их в изрядном количестве, исчезают, оставляя за собой наигранную улыбку.

Застенчивые

Такого посетителя часто можно встретить уединившимся от других где-нибудь в углу стенда. Он всегда растерян и неловок, но стоит лишь к нему обратиться с вопросом или предложением услуг, как его лицо начинает светиться от облегчения. Нередко такого типа посетители оказываются в дальнейшем искусными собеседниками и положительными деловыми партнерами.

«Франты»

Люди с сияющей улыбкой, убежденные в своем неотразимом обаянии. Часто посещают стенды, «богатые» женским персоналом, и стараются «показать» себя, хотя бывают ситуации, которые делают их серьезными. Нередко к этому типу относятся посетители, завершившие свой цикл деловых контактов и празддно слоняющиеся.

«Грубяны»

Появляются стремительно, сразу же начинают огульно критиковать экспонаты, восхищаться вашими конкурентами, но, встретив радушный прием, покидают стенд. Как правило, речь идет о посетителях, которым по причине ошибочного выбора не удалось извлечь пользы из посещения данной экспозиции. Нередко именно эта их неудача и порождает грубость, проявляющуюся в деструктивной коммуникации.

«Шпионы»

Речь идет о людях из «лагеря» конкурентов, чьи интересы исчерпываются сбором информации по ценам-условиям и т. д. Опытный персонал не затруднится определить намерения таких посетителей и займет соответствующую позицию.

Критсотакис Я.Г.
«Торговые ярмарки
и выставки. Техника участия и
коммуникации». — М., 1997.



ВЛАДИВОСТОК ПРИМОРСКИЙ КРАЙ РОССИЯ
ПРИГЛАШАЕМ НА ВЫСТАВКУ

17-19 мая

**12-я строительная
выставка-ярмарка**

“ГОРОД”

2006

Выставка проводится в рамках
**МЕЖДУНАРОДНОЙ
 АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНОЙ
 НЕДЕЛИ**

Разделы выставки:

**Градостроительство. Архитектура, проектирование,
 реконструкция, реставрация, отделочные и
 строительные материалы и изделия, строительная
 техника, инструмент, деревообработка, окна, двери.
 Инженерное оборудование.
 Жилищно-коммунальное хозяйство
 Благоустройство города**

За справками обращаться:

ООО «Дальэкспоцентр»,
 член Международного
 Союза Выставок и
 Ярмарок (МСВЯ)
 Тел./факс 7 4232 300-418,
 300-518
 E-mail: dalexpo@vlad.ru,
 www.dalexpo.vl.ru




Календарь Выставок

март-май 2006 г.*:

* - Календарь составлен на основе выставочных планов на 2006 г., любезно предоставленных выставочными центрами. Возможны изменения сроков проведения.

М а р т	М а р т
01.03-03.03 г. Якутск	«СТРОЙИНДУСТРИЯ СЕВЕРА. ЭНЕРГЕТИКА. ЖКХ-2006» 3-я межрегиональная специализированная выставка ООО «СибЭкспоСервис-Н»
02.03-05.03 г. Хабаровск	«ТЕКСТИЛЬ И МОДА-2006» выставка одежды, текстиля, обуви, галантереи «ВЕСЕННИЙ ПОДАРОК» универсальная выставка «МОЙ САД - МОЕ БОГАТСТВО» специализированная выставка ОАО «Хабаровская международная ярмарка»
14.03-17.03 г. Владивосток	«СТИЛЬ И МОДА» 7-я межрегиональная специализированная выставка-ярмарка Приморская ТПП
29.03-01.04 г. Хабаровск	«ЭНЕРГЕТИКА ДВ РЕГИОНА-2006. ТРАНСПОРТИРОВКА, СБЕРЕЖЕНИЕ, АЛЬТЕРНАТИВА» 5-я специализированная межрегиональная выставка ОАО «Хабаровская международная ярмарка»

А п р е л ь	А п р е л ь
05.04-07.04 г. Владивосток	II-й ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ ФОРУМ «ДАЛЬАГРО. ПРОДОВОЛЬСТВИЕ» 10-я специализированная выставка-ярмарка технологий и оборудования для возделывания, выращивания и переработки сельхозпродукции, производства продуктов питания «ЭТИКЕТКА. УПАКОВКА. СКЛАД. МАГАЗИН» 3-я специализированная выставка-ярмарка ООО «Дальэкспоцентр»
25.04-28.04 г. Владивосток	«ПРОДМАРКЕТ» 11-я межрегиональная специализированная выставка-ярмарка с международным участием Приморская ТПП
20.04-23.04 г. Хабаровск	«ЛЕС И ДЕРЕВООБРАБОТКА-2006» 11-я специализированная выставка технической оснащенности всех звеньев лесопромышленного комплекса «ДАЛЬЭСКПОМЕБЕЛЬ-2006» 5-я специализированная межрегиональная выставка-ярмарка мебели и комплектующих для ее производства, деревообрабатывающего оборудования и технологий «ИНТЕРЬЕР. ДИЗАЙН. ДОМ. ОФИС-2006» 3-я специализированная выставка технологий проектирования и дизайна интерьеров жилых и общественных помещений; декорирование; свет и текстиль в современном интерьере; компьютерный дизайн ОАО «Хабаровская международная ярмарка»

М а й	М а й
12.05-13.05 г. Владивосток	«ДАЛЬТУР» 10-я международная туристская выставка ВЦ «Пасифик-Экспо»
16.05-18.05 г. Ю.-Сахалинск	«САХАЛИНСТРОЙЭКСПО» 4-я специализированная выставка техники, технологий, услуг и инноваций в области промышленного строительства, архитектуры, градостроительства и жилищно-коммунального хозяйства ГУП «Сахалинский экспоцентр»
17.05-19.05 г. Владивосток	МЕЖДУНАРОДНАЯ АРХИТЕКТУРНАЯ НЕДЕЛЯ «ГОРОД» 12-я специализированная выставка-ярмарка в области архитектуры, строительства, развития и благоустройства современного города «ДИЗАЙН. ИНТЕРЬЕР. МЕБЕЛЬ» 4-я специализированная выставка-ярмарка «ЛЕСДРЕВПРОМ» специализированная выставка-ярмарка «ВЛАДЭКОТЕХ» 12-я специализированная выставка-ярмарка по экологии ООО «Дальэкспоцентр»
25.05-28.05 г. Хабаровск	«АРХИТЕКТУРА, СТРОЙИНДУСТРИЯ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА-2006» 10-я специализированная выставка «ГОРОД. ЭКОЛОГИЯ-2006» специализированная выставка ОАО «Хабаровская международная ярмарка»



РАСЦЕНКИ

на размещение рекламы
в газете «ВЫСТАВКА-Информ»:

стоимость за 1 см² (в т.ч. НДС - 18%):

Первая полоса 56 руб.
Последующие полосы ... 30 руб.
Последняя полоса 34 руб.

факс: (4232) 368-220

ВЫСТАВКА

газета о выставочно-ярмарочной деятельности на Дальнем Востоке

№ 2 (II), февраль 2006 г.

Учредитель и издатель: ИП Палей Т.Л.

Издается при поддержке: Информационно-выставочного агентства «Silta-Expo» и Кафедры географии стран Азиатско-Тихоокеанского региона ДВГУ

Редактор: Татьяна ПАЛЕЙ.
Адрес редакции: 69089, г. Владивосток,
ул. Иртышска, 32/3-42.
Для корреспонденции: 690090, г. Владивосток, а/я 306.
Тел.: 8-924-238-52-36. Факс: (4232) 368-220.
E-mail: silta@inbox.ru. Http: // www.silta-expo.com

Перепечатка материалов, опубликованных в «ВЫСТАВКЕ-Информ», без согласования с редакцией не допускается.
© Ссылка на «ВЫСТАВКУ-Информ» обязательна.

Газета зарегистрирована Приморским управлением
Федеральной службы по надзору законодательства
в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия
Свидетельство ПИ № ФС 19-0050 от 27.04.2005 г.

Отпечатано в типографии: ООО «Всё сначала».
Адрес: г. Владивосток, ул. Фадеева, 8.
Тел.: (4232) 630-272. Заказ № 4864.
Подписано в печать 27.01.2006.
Тираж 4 000 экз. Цена свободная.