

ПО ОДЕЖКЕ ВСТРЕЧАЮТ


Торгово-промышленная палата Ярославской области предлагает предприятиям региона принять участие в отраслевых выставках Экспоцентра с индивидуальным или в составе коллективного стенда на льготных условиях

АНОНС БЛИЖАЙШИХ ВЫСТАВОК


30-я юбилейная международная выставка
«Мебель, фурнитура и обивочные материалы»

МЕБЕЛЬ
ИНТЕРЬЕР ДИЗАЙН

19–23
НОЯБРЯ 2018



12+



упаковка
PROCESSING & PACKAGING

29.01.2019 - 01.02.2019

УПАКОВКА-2019

27-я международная специализированная выставка упаковочных технологий.
Переработка, упаковка, печать

11.02. 2019-15.02.2019

26-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства



**ПРОД
ЭКСПО**



РОССИЙСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ

RosBuild
2–5 апреля 2019

Международная специализированная выставка строительных, отделочных материалов и технологий

Строим будущее России вместе!




Контактная информация: Ключкина Марина Никоновна
тел. 8(4852) 21-91-93, e-mail: retech@yartpp.ru

Тенденция сегодняшнего дня такова – чем громче и ярче заявляешь о себе, тем более эффективной видится твоя деятельность. Торгово-промышленные выставки стали неотъемлемой частью «бизнес-пейзажа», важным элементом структуры рынка. Любая компания, всерьез заинтересованная в расширении рынков сбыта, не может обойти стороной участие в них.

Самая простая задача для потенциальных экспонентов – обеспечить там свое присутствие. А самая сложная – превратить выставку в удобный маркетинговый инструмент.

При подготовке к выставке необходимо принять во внимание несколько ключевых моментов.

1. Четкая постановка целей

Вариантов, почему предприятие участвует или посещает выставку может быть множество. От того, насколько ясно они сформулированы, зависит определение алгоритма действий и эффективность работы всей экспозиции.

Цели могут быть разные:

- **Презентационная** – заявить о себе на рынке
- **Имиджевая** – продемонстрировать достижения компании за истекший период
- **Коммуникативная** – развитие партнерских отношений, усиление лояльности существующих клиентов и получение новых контрактов

2. Пять приемов, как сделать выставку эффективной

1. Сотрудники, работающие на экспозиции, должны хорошо владеть всей информацией.
2. Обязательно нужно продемонстрировать новинку: новый товар или технологию производства.
3. Важно подготовить информативный и полезный раздаточный материал, если он будет оригинально презентован, это отличит вашу компанию от конкурентов.
4. Посетителям необходимо вручить презент. Нестандартный скромный подарок поможет надолго запомнить компанию.
5. Внимание к вашему стенду привлечет объемная фигура или движущийся объект. Самым распространенным вариантом является экран с роликом о компании.

3. Как сообщить о своем участии?

- Размещение активной ссылки на своем

УПАКОВКИ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ



УПАКОВКА ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

Ярославские предприятия презентовали свою продукцию на 23-й Международной выставке упаковочной индустрии «RosUpack», прошедшей в Москве в МВЦ «Крокус Экспо» с 26 по 29 июня.

Более 600 компаний из 34 стран мира представили лучшие упаковочные решения для самых разных изделий: от продуктов питания и напитков до промышленных товаров. Среди них ООО «3D-pack», ООО «Иза-слав» и ООО «Экопакснаб», – все они стали участниками коллективного стенда Ярославской области, организованного ЯрТПП при содействии Центра экспорта Ярославской области.

Со своими стендами в выставке приняли участие предприятия из Ярославской области, среди них члены Палаты – «Рос-ЯрПак», НПЦ НТ «Азимут», «Упакомашсервис», Химзавод «Луч», «Поли Эр», а также «Ярославская бумага», ООО «Формат», ЗАО «Монди Переславль» и другие.

«Выставка была очень динамичная:

огромное количество профессионалов, плотная программа переговоров, – рассказала генеральный директор АНО «Центр экспорта Ярославской области» **Наталья Багрова**. – На нашем стенде побывали как постоянные посетители, так и потенциальные клиенты из российских регионов, а также Беларуси, Казахстана, Узбекистана, Армении, Китая, Азербайджана и других стран».

Выставка стала площадкой для переговоров как с давними партнерами, так и местом установления контактов с новыми клиентами. В этом году благодаря Чемпионату мира по футболу посетителей было значительно больше. Участие ярославских предприятий в коллективном стенде стало возможным благодаря поддержке Правительства области.

В рамках деловой программы технологи, инженеры и руководители предприятий, производящих упаковку, обсудили тренды спроса и предложения, сырьевое обеспечение, экологическую ответственность, взаимоотношения со своими заказчиками, рецепты создания продающей упаковки и еще десятки актуальных вопросов.

«ЯрТПП организует коллективный стенд ярославских предприятий на выставке уже 20 лет, – прокомментировала заместитель директора ДОД **Марина Ключкина**. – У нас большой опыт участия и мы стараемся всячески помогать продвижению продукции предприятий-членов Палаты. Все участники остались довольны результатами работы и новыми контактами».

сайте, сайтах выставки и партнеров-компаний из списка участников.

- Личные приглашения как дополнительный информационный повод для звонка.
- Активное привлечение соцсетей для продвижения информации об участии в выставке на официальной странице.
- Рассылка. Первая-ознакомительная, вторая-напоминающая.
- Публикация баннера об участии в выставке на профессиональных порталах.
- Предоставление неограниченного количества бесплатных пригласительных билетов.

- Информация в отраслевых СМИ. Можно направить пресс-релизы или другие информационные материалы о деятельности вашей компании для публикации в отраслевых СМИ, особенно, если это информационные партнеры выставки.

4. Оценка эффективности выставки

После завершения выставки, работа не прекращается. Чтобы закрепить наметившиеся успехи, необходимо действовать без промедления. Договариваться о встрече с потенциальными заказчиками, рассылать письма с благодарностью за проявленный интерес всем новым «знакомым». Каждый

посетитель, который обратил внимание на продукцию или услуги, заслуживает внимания.

Анализировать эффективность выставочной деятельности можно по объему предварительных контрактов, по количеству посетителей экспозиции, по косвенному интересу.

Чтобы не упустить что-то важное, необходимо с большим вниманием отнестись к мелочам, разработать подробный план подготовки экспозиции. Ведь выставки – это великолепная возможность для продвижения фирмы.