

Двойная жизнь Spielwarenmesse...

Уникальный опыт – организатор выставки создал собственную глобальную социальную сеть!



Прежде всего тем, что она действительно вышла за пределы выставочной площадки. В наши дни бренд Spielwarenmesse у профессионалов ассоциируется не только с выставкой, но и с ведущими интернет-площадками, собирающими специалистов индустрии товаров для детей со всего мира.

Из чего состоит интернет-составляющая бренда?

Во-первых, это собственный интернет-портал выставки www.spielwarenmesse.de, на котором можно найти все, что нужно или может понадобиться экспоненту, посетителю и журналисту для работы на выставке, плюс – широкий выбор информации о развитии отрасли.

Далее следует специализированный портал [World of Toys \(http://www.world-of-toys.org\)](http://www.world-of-toys.org), посвященный развитию отрасли

игрушек и товаров для детей в мировом масштабе, отдельных частях света и крупнейших странах – об этом, в частности, говорят разделы сайта: Asia-Pacifik, Europe, India, Japan, Middle East, North America, Russia, South America. Помимо этого, здесь имеются отраслевые новости и, разумеется, развернутое приглашение в Нюрнберг на Spielwarenmesse и

циальными партнерами и потребителями продукции.

По состоянию на сентябрь 2012 года в этой сети зарегистрировано около 10 000 участников – представителей промышленных предприятий, торговых фирм, поставщиков услуг, профессиональных ассоциаций и средств массовой информации (при этом 60% пользователей живут и работают за пределами Германии).

Таким образом, организаторы выставки не просто расширяют и продвигают сайт своего мероприятия, но стремятся занять как можно больше глобального виртуального пространства, связанного с профильным сегментом рынка.

Порталы под единым брендом Spielwarenmesse дают исчерпывающую информацию о развитии отрасли игрушек, создают условия для общения и продвижения бизнеса. Специалист, поняв, что эти ресурсы удовлетворяют его интересы и решают большую часть возникающих проблем, может уже и не искать другие.

И последнее, о чем нельзя не сказать.

В течение года в разных городах и странах проходят деловые мероприятия – встречи, презентации и конференции, посвященные анализу рынка игрушек и товаров для детей, и, одновременно, продвижению выставки Spielwarenmesse.

Многие из них носят характер вебинара, то есть – транслируются в свободном доступе в Интернете. Вся эта работа ведется совместно с отраслевыми ассоциациями и предпринимателями. В качестве примера можно привести всероссийский вебинар Spielwarenmesse, который прошел в Москве 11 сентября 2012 года.

Казалось бы, зачем устраивать крупнейшей мировой выставки, безусловного лидера в своем сегменте, вести столь масштабную работу по завоеванию виртуального пространства и продвижению бренда в разных странах мира?

Ответ предельно прост: чтобы оставаться лидером, дабы даже теоретически не пропустить тот момент, когда кто-то молодой и нахальный начнет наступать на пятки.

Spielwarenmesse это не грозит, даже с учетом того, что выставке пошел седьмой десяток – в 2013 году она состоится в 64-й раз.

Несмотря на возраст, а может быть, и благодаря ему, выставка сама остается молодой.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ

Одной из главных тенденций развития мирового выставочного рынка в наши дни стало превращение ведущих выставок в базовые бизнес-площадки своих отраслей.

Что это значит?

Самый характерный пример подобного рода дает выставка Spielwarenmesse в Нюрнберге.

Речь идет о крупнейшем в мире специализированном смотре игрушек и товаров для детей.

Статистика 2012 года впечатляет: 2776 экспонентов, в том числе 1913 иностранных, 76 055 посетителей, 106 638 кв.м площади «нетто». В рамках выставки ежегодно проходят конгрессы, сами по себе являющиеся для отрасли событием мирового масштаба, – Toy Business Forum и Global Toy Conference.

Выставка активно продвигается во всех глобальных социальных сетях. План экспозиции, каталог и иная полезная информация доступна в Интернете как на стационарных компьютерах, так и на всех видах существующих мобильных устройств с различными операционными системами.

Все это, безусловно, заслуживает уважения. Тем не менее, подобных выставок в мире немного, но они все же есть.

Чем же выделяется Spielwarenmesse, и чем может служить примером для немецких и российских коллег?



все родственные выставки мира, в которых так или иначе участвует компания, включая Toys & Kids Russia в Москве.

Но и это не все. Прямо на сайте можно заполнить бланк, и вам будут бесплатно высылать регулярные обзоры международного рынка отрасли World of Toys Newsletter.

Но, пожалуй, самым значительным достижением дирекции выставки в виртуальной среде стало создание собственной социальной сети (<https://www.yourtoycom.com>).

Участниками сети YourToyCom могут стать и отдельные лица, и компании, которые получают возможность совершенно бесплатно пропагандировать свой бизнес и общаться в профессиональной среде с коллегами, потен-