

Выставки в социальных сетях – веление времени?

Мы живем в век информационных технологий, и мир вокруг нас меняется на глазах, с огромной скоростью. Казалось бы, совсем еще недавно, вчера, мы слушали аудиокассеты, записывали файлы на дискеты и гордились огромными по нынешним меркам мобильными телефонами с рожками – для нынешней молодежи это такая же история, как строительство Днепрогэса. Полтора года назад в нашем журнале появилась первая статья об использовании в выставочном бизнесе социальных сетей. Тогда это казалось новацией и взглядом в будущее. Времена изменились. Сегодня выставочный бизнес не просто идет, а вырастает в социальные сети, и процесс этот идет по нарастающей. Пройдет немного времени, и ни одна выставка не сможет обойтись без своего места в социальных сетях, так считают профессионалы. Насколько они правы?

Выставки и социальные сети – в последние два года эта тема неоднократно обсуждалась на встречах выставочников, в том числе – на заседаниях «ЭКСПО-VIP» клуба. Этот же вопрос на заседании профильного Комитета ТПП РФ 29 сентября 2011 года поднял Игорь Прудников. Присутствующие его поддержали. Предлагаем читателям краткое изложение обмена мнениями на заседании, а также – детальный «разбор полетов» по вопросу продвижения выставок в социальных сетях, подготовленный по просьбе редакции Еленой Сорокиной. К слову, именно она начала обсуждение этой темы в 2009 году.



Исполнительный директор РСВЯ Людмила СМОРОДОВА, руководитель подкомитета по информационным технологиям Комитета ТПП РФ Игорь ПРУДНИКОВ

Продвижение информации о выставках неразрывно связано с использованием новых информационных и коммуникационных технологий, – уверен **Игорь ПРУДНИКОВ**, – дело это довольно сложное, заниматься им должны, прежде всего, сами выставочники.

Чем сегодня люди пользуются как источником информации?

На руках у населения имеется 100 миллионов планшетных компьютеров iPade, 800 миллионов персональных компьютеров и 3,6 миллиона мобильных коммуникаторов. В мире насчитывается один миллиард пользователей Интернета.

В наши дни, чтобы воздействовать на аудиторию 50 миллионов человек в Интернете надо всего два дня.

По прогнозу, в 2013 году мобильные устройства опередят компьютеры как средство выхода в Интернет, аудитория только одной социальной сети facebook достигнет миллиарда человек.

Собственные страницы в социальных сетях (facebook, twitter и пр.) сегодня имеют тысячи организаций, компаний и отдельных людей, включая руководителей стран и крупнейших корпораций.

Деловое и частное общение сегодня переходит на страницы социальных сетей в режиме реального времени параллельно с происходящими событиями.

Можно находиться на конференции, деловой встрече или на концерте и тут же размещать свои отзывы в социальной сети, обмениваться мнениями с друзьями и коллегами.

Закономерно, что выставочный бизнес также активно выходит в социальные сети. Во всем мире собственные страницы в сети facebook имеют порядка 100 000 выставок. И это дает хороший результат.

В качестве примера можно привести американскую выставку E3 Expo (Electronic Entertainment Expo), которая ежегодно проходит в Лос-Анджелесе в июне: более 112 000 человек являются постоянными читателями страницы этой выставки в facebook, наблюдают за новостями выставки в режиме реального времени.

В России мы находимся пока лишь на пороге внедрения выставочного бизнеса в социальные сети.

Конечно, ни от каких средств продвижения выставок нельзя в одночасье отказываться, нужны и почтовые рассылки, и другие традиционные способы коммуникаций.

В то же время надо очень внимательно посмотреть на новые инструменты и механизмы продвижения информации, использовать их.

Первым шагом в этом направлении может стать специальный семинар Торгово-промышленной палаты России по работе в социальных сетях для руководителей компаний и директоров выставок.

Кроме того, нельзя обсуждать свои проблемы только в собственном кругу, внутри выставочного сообщества.

Есть множество сопредельных сфер деятельности, прежде всего, речь идет о быстро растущей сфере услуг по организации конгрессов, конференций, семинаров, презентаций, иных деловых мероприятий (event - бизнес). Надо сделать шаг к сближению с этими компаниями и вместе выходить в социальные сети, цель – максимально эффективное распространение информации о мероприятиях.

По словам Исполнительного директора РСВЯ **Людмилы СМОРОДОВОЙ**, важность вопроса продвижения российских выставок в социальных сетях не вызывает сомнений.

Необходимо как можно шире обмениваться опытом, внедрять новые информационные технологии в практику, – уверена она, – с этой целью вопрос работы выставочных компаний в социальных сетях будет обсуждаться на очередном Общем собрании Российского Союза выставок и ярмарок в декабре 2011 года (он уже внесен в повестку дня).

Генеральный директор ООО «Выставочный центр «Вета» при Воронежской ТПП **Илья БЕЛЬТЮКОВ** привел пример использования социальных сетей в своем регионе. Конечно, мы этим занимаемся, – сказал он, – молодежь у нас передовая, продвинутая. Однако надо признать, что пока эти технологии работают очень выборочно, в основном при подготовке мероприятий компьютерной и информационной направленности. На текстильных, строительных и иных отраслевых выставках до этого еще далеко.

Такова ситуация сегодня.

Что дальше? Социальные сети развиваются все быстрее и быстрее. Главное – не опоздать. Пока в этот поезд еще можно вскочить...