

Виртуальная выставка – новое решение для бизнеса

Webinex

«Через десять лет останутся два вида компаний: те, которые представлены в Интернете, и те, которые вне бизнеса». Это широко известные слова Билла Гейтса как нельзя лучше характеризуют тенденции рекламных и информационных технологий. Компании, занятые в выставочно-ярмарочной сфере постоянно работают над тем, чтобы улучшить свой сервис и удержать своих клиентов. Для тех, кто ищет новые пути развития бизнеса, компания Webinex предлагает качественно новую услугу, к которой уже проявляют интерес выставочные и маркетинговые компании, – интернет-площадку, предоставляющую практически все функциональные возможности реальной выставки. О чем конкретно идет речь. Рассказывает директор по развитию компании Webinex Александр КАСИЦИН.

– Расскажите подробнее, чем занимается компания?

– Webinex – IT-компания, почти год работающая на рынке Интернет-услуг. Мы предлагаем многофункциональную 3D платформу, на базе которой можно организовывать интерактивные мероприятия: виртуальные выставки, конференции, форумы и т.д.

– На кого рассчитаны услуги Webinex?

– Существуют две основные целевые аудитории. Первая – это, условно говоря, департаменты маркетинга компаний. Сфера их деятельности роли не играет. Вторая группа – представители выставочно-ярмарочной отрасли, т.е. организаторы реальных выставок, которым мы предлагаем сервис по созданию виртуальных мероприятий на базе нашей платформы.

– В чем «плюсы» и «минусы» виртуальных выставок в сравнении с реальными?

– Сразу отмечу, что мы не являемся конкурентами организаторов реальных мероприятий. Виртуальная выставка никогда не заменит реальную. Мы создали платформу, которая максимально повторяет функционал реального мероприятия: участники переходят от стенда к стенду, знакомятся, обмениваются контактами, задают вопросы представителям компаний в реальном времени и находят нужную им информацию. Ряд отличий виртуального мероприятия можно смело причислить к категории положительных. Например, экономия затрат на оформление и установку стенда, печать раздаточной и сувенирной продукции, расходы, связанные с переездом и проживанием сотрудников. Для посетителей выставки – это вопрос экономии времени, так как не надо приезжать на место проведения реальной выставки, отсутствуют очереди на регистрацию и пр.

Главный «плюс» виртуального мероприятия в том, что каждый человек, независимо от места своего нахождения, может принять участие в работе выставки, не выходя из дома или офиса. Достаточно иметь подключенный к интернету компьютер.

– Чем виртуальная выставка может быть полезна организаторам, экспонентам и посетителям?

– Преимущества для каждой группы участников нужно рассматривать отдельно. Если мы говорим о проведении виртуального мероприятия параллельно, до или после реального, основным преимуществом для организатора является возможность предоставить гибкое коммерческое предложение экспонентам, а как следствие – дополнительный доход.

Экспонент, в свою очередь, получает дополнительную целевую аудиторию, качественный брендинг своей компании, а также инструмент удержания своих клиентов, как на реальном мероприятии, так и на виртуальном.

Виртуальный дубль позволяет дистанционно наладить контакты с участниками реальной выставки: ознакомиться с предложениями, высказать мнения, связаться с представителем интересующей компании.

В то же время, виртуальная выставка – самостоятельная услуга, которую можно использовать без привязки к реальному мероприятию. Интерактивная выставка может быть полезна также тем компаниям, которые пока не могут организовать реальную выставку, либо участники находятся на значительном удалении друг от друга. В нашей практике есть примеры, когда виртуальная выставка использовалась в качестве пилотного проекта для организации реальной.

– Каковы этапы организации виртуальной выставки?

– Этапы организации во многом схожи с реальной: приглашение экспонентов, привлечение информационных спон-

соров и пр. Активный период виртуальной выставки такой же как у реальной, от трех до пяти дней. Отличие в том, что интерактивная выставка доступна в течение последующих двух месяцев. Любой желающий, зарегистрировавшись на портале мероприятия, получает возможность ознакомиться со всеми материалами выставки.

– На реальной выставке экспонент платит за площадь. За что платит участник виртуальной выставки?

– Стоимость участия меняется в зависимости от отрасли и тематики. К примеру, цена за участие в виртуальной выставке по бизнес-образованию составила около 30 тыс. руб., на недавней выставке подарков и сувениров она равнялась 14 490 рублей. Поскольку мы не привязаны к площади, цену участия определяет оргкомитет исходя из платежеспособности игроков конкретного сегмента рынка. В любом случае, платить придется намного меньше, чем за участие в реальном мероприятии. Для организаторов реальных выставок и конференций, у нас есть программы сотрудничества, которые подразумевают только бартерные отношения.

– Исходя из опыта, расскажите, насколько такие мероприятия эффективны для экспонентов?

– После каждой своей выставки мы проводим опрос экспонентов. Качеством услуг довольны 70-78% участников (они хотят участвовать в очередной выставке через год). Конечно, есть и недовольные. Если причина в нас, стараемся учесть ошибки и не повторять их. Мы заинтересованы в успешном участии наших экспонентов, поэтому каждому из них объясняем, как надо подходить к презентации компании. Грамотный дизайн, продуманное наполнение стенда, наличие видеопрезентаций, обращений топ-менеджеров – все это влияет на успех.

Наши участники должны понимать, что мы предоставляем новый канал продвижения компаний, а то, как они его будут использовать, зависит от них самих. Именно поэтому каждому участнику мы предлагаем привлечь своих партнеров и клиентов. Мы не ограничиваем экспонента ни в объемах, ни в формах подачи информации.

– На ваш взгляд, каковы перспективы развития виртуальных мероприятий в России?

– Есть все предпосылки считать, что эта сфера услуг будет востребована. Во-первых, участники выставочного рынка находятся в поиске технологичных решений с целью улучшения сервиса и удержания клиента. Во-вторых, роль интернета в жизни общества год от года увеличивается как с точки зрения уровня вовлечения и объемов его использования, так и с точки зрения скорости наращивания аудитории. Думаю, что организаторы реальных выставок и конференций скоро в полной мере осознают необходимость организации виртуальных мероприятий.

