



# Ярмарки и выставки как средство маркетинговых коммуникаций





# История возникновения выставок и ярмарок. Франция

- Первая ярмарка Foire de Saint Denis под Парижем, основанная королём Дагобертом в 629 году



# Германия

- В Германии впервые выставка состоялась в старейшем торговом городе Франкфурте осенью в праздник Успения в 1150 году. А в связи с развитием книжного дела в 1480 была организована книжная ярмарка, ставшая европейским и немецким центром книгопечатания к концу XV века. А Важным аспектом первенства в Лейпцигской истории стало то, что они стали инициаторами Ярмарок Образцов. Это произошло в течение XVII–XIX вв., когда производства стали разрастаться. И ярмарки превратились из мест прямых продаж в места показа товаров.



# Великобритания

- Самой значительной ярмаркой в Англии считается первая Великая всемирная выставка 1851 года, которая проходила в Лондоне в Crystal Palace.



- Первые экспонаты промышленных выставок представляли собой любопытное зрелище. Инженеры, создавая выставочные образцы паровозов, котлов, насосов и сенокосилок, пытались придавать им те или иные архитектурные формы в стиле барокко или готики. Прототипом выставочного оборудования – витрин, стендов, подставок служили шкафы и комоды, «горки» для фарфора



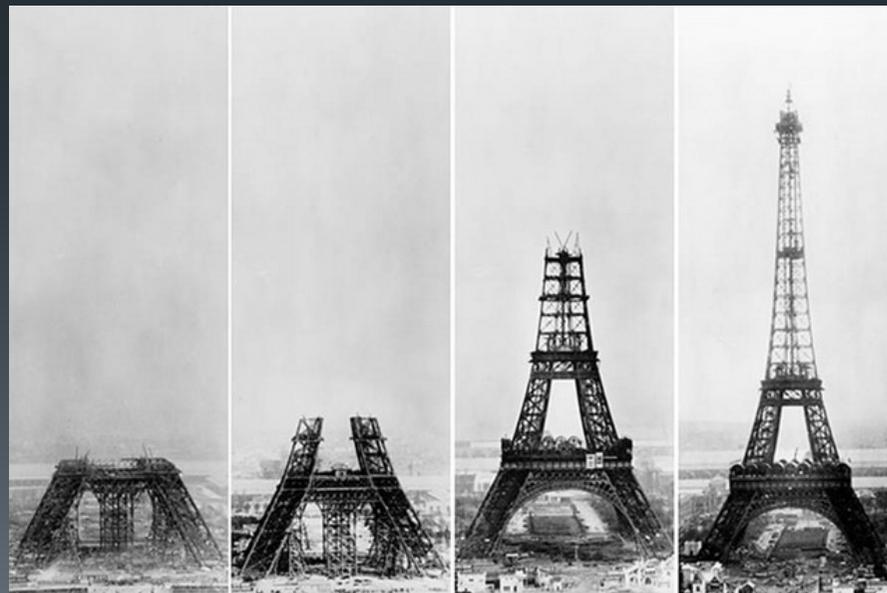
- Позже выставки не были специализированными. Один и тот же завод производил разные товары, и на одном стенде оказывались колокола, пушки и всякая бытовая мелочь
- Появилась проблема утомляемости посетителей. Поэтому организовывались театры, рестораны, а также различные аттракционы.

# XX век



- Хрустальный дворец Джозефа Пэкстона в Лондоне, и Эйфелева башня инженера Александра Гюстава Эйфеля в Париже, построенная для Всемирной выставки 1889 года стали символами всемирных выставок, символами достижений техники конца XIX – начала XX века

- В начале XX века наравне с всемирными промышленными многоотраслевыми выставками стали устраивать и специализированные выставки. Это связано с появлением нового архитектурного стиля модерн и развитием новых ремёсел в области строительных технологий, архитектуры, конструкций в русле достижений нового стиля.



# Россия

В 1641 году по указу царя Михаила Федоровича была организована первая Российская ярмарка у стен Макарьевского монастыря, вблизи Нижнего Новгорода. Среди участников ярмарочной торговли были богатые как Российские, так и иностранные купцы. После пожара гостиного двора с 1816 года ярмарочные торги перешли во вновь отстроенный каменный гостиный двор уже непосредственно в Нижнем Новгороде, и с 1822 начинает работать Нижегородская ярмарка.





- В начале XIX века на Руси появляется ещё одна крупнейшая ярмарка - Ирбитская. В 1844 году произошел бурный рост золотодобывающей промышленности в Сибири, что стало мощным импульсом активизации ярмарочной торговли.

# Характеристика современного выставочного рынка



- Масштабы выставок и ярмарок в мировой рыночной индустрии и их значимость для современного рынка можно оценить по работе UFI. Это действующая по всему миру отраслевая организация выставочной индустрии, охватывающая международные и все крупные национальные ассоциации в области выставочной деятельности, а также их партнеров. Главная цель ассоциации состоит в продвижении своих членов и выставочной индустрии по всему миру.



Лидером выставок является Германия, там ежегодно проходит в среднем около 110–115 специализированных или многоотраслевых выставок. Ведущая выставка находится в Ганновере.



Она обеспечивает международный ярмарочный маркетинг и имеет:

- самую большую выставочную площадь в мире;
  - выдающееся сервисное обслуживание;
  - идеальную инфраструктуру;
  - образцовые условия для движения транспорта;
  - 26 павильонов площадью 478.900 кв. м (брутто);
- открытую территорию площадью 227.700 кв. м;
- Конгресс-центр с 35 залами;
- 44 ресторана на 18 тыс. посадочных мест;
- автостоянки на 50 тыс. легковых автомашин.



- Второе место по объёму выставочной деятельности занимает Великобритания. Лондонской выставочный центр начинался с «Олимпии», которая была построена в 1886 г. Сегодня имеется пять больших павильонов, принадлежащих компании «Ерлз Корт Олимпия», на двух площадках, соединенных при помощи транспортной системы. Ежегодно здесь проводится более 165 различных выставок-шоу по таким разнообразным отраслям.



- На третьем месте находится Франция. Главными выставочными территориями Франции, предназначенными для проведения международных выставок, являются выставочный центр Paris Porte de Versailles – это крупнейший выставочный комплекс Парижа и четвертая по величине выставочная площадка на территории Европы и выставочный центр Lille Grand Palais – это 28 тысяч квадратных метров выставочных площадей, предназначенных для технических и специальных выставок.



Lille Grand Palais



- Четвёртое место в рейтинге занимает Италия. В Милане ежегодно проходит около 80 выставок, в которых участвует до 31 тыс. экспонентов. Их посещает свыше 2,5 млн. человек (27 % — из-за рубежа). Объем ежегодно продаваемых выставочных площадей превышает 1,500 тыс. кв. м. Оборот выставок — 168 млн. долларов.

Выставочный центр "Fiera Milano"



- И пятёрку самых успешных мировых центров выставочной индустрии занимает Испания. Основным выставочным комплексом страны является IFEMA в Мадриде. Его общая площадь более 100.000 кв. м, экспозиционная площадь — 60.324 кв. м. Количество павильонов — 8.



- В последние годы стали ускоренно развиваться Нидерланды и Швейцария. Современный выставочный комплекс Amsterdam RAI International Exhibition and Congress Centre расположился на южной окраине Амстердама и входит в десятку самых лучших комплексов Европы



- В Швейцарии главный выставочный центр страны - Palexpo, расположенный в Женеве, занимает площадь 60 тыс. кв. м, прекрасно оборудован, по существу является гигантским театром, на сцене которого разыгрываются яркие ярмарочные спектакли. Одна из самых знаменитых выставок — Женевский автосалон.

# Классификация ярмарок и выставок.

## По территориальному признаку.

1. международные (ЭКСПО) - с участием представителей из разных стран..
2. межрегиональные - с участием представителей из разных регионов внутри одной страны.
3. региональные - с участием представителей из различных городов, станиц, колхозов одного региона.
4. национальные - проводятся внутри страны и за рубежом с целью демонстрации продукции национального производства и стимулирования ее сбыта и обычно имеют межотраслевой характер.



# По характеру выставляемых ЭКСПОНЕНТОВ

- универсальные



- Специализированные



# По срокам и способу проведения выставки и ярмарки

- Краткосрочные
- Передвижные выставки
- Постоянные выставки



# По частоте проведения

- Периодические (проводящиеся каждые 2,3 года и т. д.)
- Ежегодные
- Сезонные

# По направлению работы

- Ярмарки/выставки по осуществлению продаж/заказов
- Информационные/ознакомительные
- Проводимые в целях развития коммуникации/контактов.



# Понятие маркетинговых коммуникаций

Маркетинговые коммуникации — процесс передачи целевой аудитории информации о продукте.

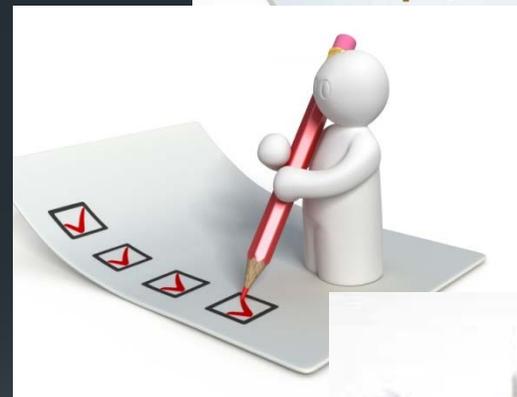
Виды:

- реклама
- связи с общественностью
- брендинг
- паблисити
- программы лояльности
- директ-маркетинг
- спонсорство
- стимулирование сбыта
- Личные продажи.



# Цели участия фирмы в выставке

- демонстрацию продукции, представление новых товаров или услуг;
- продвижение вашей торговой марки, улучшение имиджа фирмы;
- изучение рынков сбыта;
- реклам фирмы;
- сбыт продукции;
- изучение продукции и стратегии конкурентов



# Отличительные особенности ярмарок и выставок

- Ярмарки, исторически предшествующие выставкам, представляют собой коммерческие мероприятия рыночного характера, проводимые с целью продаж товаров на месте и заключения торговых сделок.



- Усиление функций публичной демонстрации достижений в области материальной и духовной сферы превратило ярмарки в выставки. Важнейшие цели проведения выставок – обмен идеями, теориями и технологиями с одновременной реализацией коммерческих интересов.

# Информационная поддержка выставки



EuroNews



- Рекламная компания выставки проходит в 2 этапа: На первом этапе делается акцент на привлечение максимально возможного количества экспонентов, на втором этапе - на привлечение посетителей.
- Информационные партнёры: центральные и специализированные газеты и журналы, информационные агентства, рейтинговые радиостанции, специализированные ТВ-программы.





Спасибо за  
внимание!