

УДК 338.482.22

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА НА СТЕНДЕ**М.В. ГУБУШКИНА***(Представлено: О.В. ШТЕЕР)*

Одним из важнейших этапов выставочной деятельности является обеспечение функционирования стенда в ходе работы выставочных мероприятий, так как он является основным объектом привлечения внимания туристов, совместно с анимационной деятельностью. Этот процесс достаточно сложный, но, в то же время, очень творческий.

Для того, чтобы благотворно поработать на выставке и окупить затраты, необходимо знать, как оформить и чем наполнить выставочный стенд, какая информация должна находиться на нем, какие сложности могут подстерегать на разных этапах работы и как их избежать, а также различные способы привлечения внимания к стенду. То, что будет представлено на стенде, зависит в первую очередь от целей, которые поставил перед собой экспонент.

Таким образом, выставочный стенд – это ограниченной размеров площадь, которая выделяется лицам, представляющим определенный бренд или продвигающим имя компании, для демонстрации продукции или видов услуг на территории экспозиционных центров [1].

Выставочный стенд – это образ предприятия, создаваемый выставочной компанией исходя из технического задания заказчика [2].

Важно понимать, что планируется включить в цель демонстрации. Можно позиционировать:

- фирму;
- технологии;
- продукцию или услуги [3].

Выставочный стенд используют в таких случаях:

- для демонстрации экспозиции;
- продвижения товара или совокупности услуг;
- привлечения внимания потенциальных партнеров и покупателей [1].

Преимущества участия в выставке с выставочным стендом:

- создание имиджа компании;
- возможность в краткие сроки выйти на нужные уровни B2B, B2C;
- заключение коммерческих договоров «здесь и сейчас»;
- укрепление статуса компании [2].

Необходимо заранее определиться, какие действия и мероприятия планируется провести на стенде и запланировать заранее вспомогательные зоны, такие как офис, конференц-зал, гардероб, буфет, комнату отдыха для персонала, место для хранения рекламных материалов, а также творчески подойти к оформлению стенда [4].

Различают следующие виды выставочных стендов:

- мобильные выставочные стенды (типовые стойки многоразового использования;
- стандартные выставочные стенды (готовая, оборудованная стандартным набором технического оснащения, площадь);
- эксклюзивные выставочные стенды [2].

Конфигурации выставочных стендов:

- угловые – отличный вариант для малых площадей, очень простые при проектировании и изготовлении;
- «остров» – оптимальное решение для больших площадей, целый выставочный комплекс;
- «полуостров» – доступны для осмотра посетителями выставки с трех сторон;
- «сквозные» – обеспечивают всесторонний обзор экспонатов выставки из-за наличия проходов. Этот тип выставочных стендов провоцирует посетителей пройти всю экспозицию насквозь;
- линейные – самый простой и распространенный вид. при этой форме используется только лицевая сторона застройки;
- «визави» – это два стенда, как правило, линейных, которые располагаются друг против друга;
- выставочные стенды на открытом пространстве – данный тип стендов используется, если экспонаты крупногабаритные, которые невозможно разместить в выставочных павильонах;

– закрытые и открытые стенды – закрытые стенды имеют прозрачные или непрозрачные стены, что ограничивает общение внутри «помещения», открытые – дают хороший пространственный обзор и возможность свободно общаться на расстоянии вне границ выставочного стенда [5].

При наполнении стенда основной задачей является привлечение внимания посетителей к нему. В этом могут помочь:

- движущиеся элементы, например, видеофильмы, аниматоры, фонтан и др.;
- звуковые эффекты, к примеру, музыкальное сопровождение;
- ароматы, так, если это стенд восточных стран, то может быть аромат специй и пряностей.

Чем интереснее оформление стенда, тем больше будет наплыв посетителей, для чего следует определить средства создания и оформления композиции и методы показа экспозиции [4].

Средств оформления стендов и методов показа экспозиции довольно большое количество. Выбор их зависит от многих параметров – направления фирмы, ее целей, возможностей, вида услуги, а также конкретной темы выставки, на которой она экспонируется.

Средства создания и оформления композиции:

- цветные панели;
- фирменные логотипы;
- диорамы, мозаика, фотообои;
- флаги, знамена, транспаранты;
- цветы, зелень, деревья;
- оригинальные конструкции, фонтаны; воздушные шары и зонды;
- настенные украшения, панно;
- скульптуры, вазы, керамика;
- манекены и др.

С помощью этих средств разрозненные предметы объединяются в единую экспозицию, имеющую собственную идею [6].

На стенде так же можно организовать различные специальные мероприятия [7]:

- шоу-программы;
- конкурсы и викторины;
- дегустации;
- проведение пресс-конференций;
- прием и обслуживание VIP-персон и т. д.

Восемь советов по наполнению стенда [5]:

- Делайте фигурами самые важные для вас объекты.
- На стенде не должно быть больше четырех фигур.
- Постарайтесь воздействовать на все органы чувств посетителей.
- Разумно используйте движущиеся объекты.
- Сделайте своими помощниками посетителей.
- Помните: стендист – неотъемлемая часть стенда.
- Организуйте наполнение стенда в соответствии с общей концепцией и внутренней логикой проекта.

- Не забывайте об оперативной информации на стенде.

При организации стендов туристических фирм используются преимущественно две концепции. Первая особенно характерна для стендов фирм из латиноамериканских, азиатских и ближневосточных стран, делает упор на визуальном аспекте, поэтому обычно роскошно оформлены. Для привлечения внимания посетителей используются определенные игровые элементы: мини-представление (например, «танец живота») либо игра.

Вторая концепция отдает предпочтение информационным аспектам. Стенд такого типа представляет собой достаточно просто, но со вкусом оформленные пункты распространения рекламной продукции и информации. Здесь наиболее существенное значение имеют компетентность и усердие персонала, а также бесперебойное снабжение рекламными материалами [8].

Современные туристические выставки и ярмарки – это не только эффективное средство сбыта, это важнейшее средство коммуникации и обмена информацией, здесь так же задействовано большое количество инструментов рекламы и маркетинга, поэтому участие в выставке служит достижению самых разнообразных предпринимательских целей. Однако, процесс этот очень сложный, ведь много усилий, как и денежных средств, затрачивается на создание и оформление туристического стенда. Так что можно сделать вывод, что участие в данных мероприятиях довольно хлопотное, однако стоит того.

ЛИТЕРАТУРА

1. Выставочный стенд это [Электронный ресурс] // ЦВК ЭКСПОЦЕНТР: международные выставки и конгрессы. – Режим доступа: <http://www.exposentr.ru>. – Дата доступа: 28.05.2018.
2. Выставочные стенды: виды, производство, преимущества [Электронный ресурс] // Выставочные стенды: производство и строительство стендов на выставку в Москве. – Режим доступа: <https://privetexpo.ru>. – Дата доступа: 28.05.2018.
3. Успешный выставочный стенд и правила его оформления [Электронный ресурс] // Повышение профессиональной квалификации. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru>. – Дата доступа: 28.05.2018.
4. Жохова, В.В. Туроперейтинг : учеб. пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская. – Находка : филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС», 2014. – 128 с.
5. Виды выставочных стендов [Электронный ресурс] // Выставочные стенды. Застройка и застройщики выставочных стендов. – Режим доступа: <http://www.pandaexpo.com>. – Дата доступа: 28.05.2018.
6. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учеб. изд. / Е.Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика , 2005. – 480 с.
7. Захаренко, Г. Выставка. Техника и технология успеха / Г. Захаренко. – М. : Вершина, 2006. – 232 с.
8. Оформление выставочного стенда [Электронный ресурс] // Экономическая переводная литература. – Режим доступа: <http://econbooks.ru>. – Дата доступа: 31.05.2018.