

Выполнили студенты 3 курса АФ СПбГУП
группы ДК16БСКД1 Фаёзов Тимур и Разбеков
Алишер

Рекламная деятельность в ходе проведения выставки

Выставки и ярмарки

- Ярмарка (jarmark, Jahrmarkt — ежегодный рынок) — ежегодно повторяющаяся распродажа товаров, иногда с ограничениями на определённый сезон, товар (например, вино) или тематику.
- Ярмарка (jarmark, Jahrmarkt — ежегодный рынок) — кратковременное мероприятие, периодически проводимое, как правило, в одном и том же месте, в целях привлечения значительного числа фирм (экспонентов) одной или нескольких отраслей, представляющих образцы своих товаров (экспонатов) для их демонстрации, ознакомления и заключения торговых сделок.
- Выставка – специфическая форма маркетинговой коммуникации (рекламы и PR, стимулирования продаж), при которой на относительно небольшой по размерам оборудованной территории демонстрируются для продажи образцы новых товаров или предлагаются услуги с целью последующей их реализации.
- Выставка – кратковременное мероприятие, периодически проводимое обычно в одном в том же месте, в рамках которого значительное число фирм (экспонентов) с помощью образцов (экспонатов) демонстрируют новые товары, идеи или услуги одной или нескольких отраслей для информирования потенциальных потребителей о своей фирме и ее продукции в целях содействия продажам.

Классификация выставок/ярмарок по времени функционирования:

- постоянно действующие (0,5-1 год и более)
- постоянно действующие выставочные стенды в торгово-выставочном центре "ЭкспоСтрой"



Классификация выставок/ярмарок по времени функционирования:

Временные (0,5-5 месяцев)

- Автосалон в Женеве

Краткосрочные (от 1-5 дней до 0,5 месяца)



Классификация выставок/ярмарок по территориальному признаку

Выставки, проводимые внутри страны

- РЕКЛАМА - 2012
- Экспоцентр, ЗАО
- Москва



Выставки, проводимые на территории других стран

- Осенняя торговая выставка INTERNATIONAL AUTUMN TRADE FAIR 2011
- Италия / Больцано



Классификация выставок/ярмарок по отраслевому (тематическому) признаку:

Универсальные

- Мякининская Ярмарка
- универсальная межрегиональная выставка-ярмарка
- Крокус-Экспо (МВЦ)

Специализированные (многоотраслевые и отраслевые)

- ИгроМир 2011
- Территория интерактивных развлечений
- Крокус-Экспо

Классификация выставок/ярмарок по значимости мероприятия:

Выставки местного значения

- «СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ К ПРАЗДНИКУ»
- Томск
- «Технопарк»



Выставки регионального значения

- Ярмарки выходного дня (Томск)



Классификация выставок/ярмарок по значимости мероприятия:

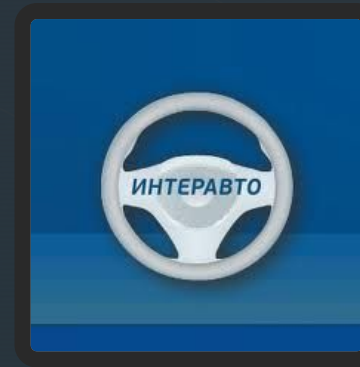
Выставки межрегионального значения
(имеющие значение для нескольких регионов страны)

- «СНАБЖЕНИЕ СЕВЕРА»
- Межрегиональная универсальная оптовая выставка-ярмарка
- Томск, технопарк



Выставки федерального значения
(имеющие значение для страны в целом)

- Выставка «Интеравто-2011»
- Крокус-Экспо
- Москва



Классификация выставок/ярмарок по географическому составу экспонентов:

Международные

- Международный фестиваль технологий продвижения и рекламы
- «PROMEDIATECH»
- Крокус-Экспо



Организатор: **BUILDEXPO**
e-mail: o.vurushich@buildexpo.ru
Телефон выставки: (495) 223-42-08

Классификация выставок/ярмарок по географическому составу экспонентов:

- с международным участием (с числом иностранных участников менее 10% от общего числа участников);
- национальные (с участием фирм отдельно взятой страны);
- межрегиональные (демонстрирующие продукцию и услуги производителей из нескольких регионов);
- местные (региональные) - с участием фирм только из того города/региона, где проводится выставка/ярмарка.

Организаторами выставочно-ярмарочных мероприятий могут выступать:

- Федеральные органы исполнительной власти и органы исполнительной власти субъектов Федерации;
- Выставочные организации (ВВЦ, Крокус-Экспо, Экспоцентр);
- Торгово-промышленные палаты (ТПП) - ТПП Российской Федерации и региональные ТПП;
- Ассоциации (межрегиональные ассоциации экономического взаимодействия субъектов Федерации, а также отраслевые);
- Прочие организации различных форм собственности, для которых организация выставочных мероприятий не является основной деятельностью.

Реклама на выставках и ярмарках

Стационарные средства рекламы

- Специализированные объекты рекламы (рекламные конструкции) - это приспособленные для размещения рекламы места в помещении, где проводится выставка.

К ним относятся:

- выставочные стенды и их внутреннее пространство, витрины, вывески, солнцезащитные козырьки и т. д.



Реклама на выставках и ярмарках

- Выставочные площадки и экспозиции - это приспособленные для размещения рекламы объекты территории, на которой проводится зрелищное мероприятие.
- В качестве подобных объектов чаще всего выступают:
- внешнее оформление территории, например, элементы системы ориентации (указатели проезда и прохода, стрелки, таблички и пр.);
- оформление подъездов и подходов, пандусов и лестниц, автостоянок и точек питания, а также иного обслуживания
- газо- и водосветные установки; флаги (на флагштоках) и флажки (внешних ограждений);
- средства наружной рекламы (щиты, панно, транспаранты, табло и т. д.).

Реклама на выставках и ярмарках



Реклама на выставках и ярмарках

Экспонаты - это также объекты рекламы компании, в том числе промышленные образцы товаров, макеты и модели продукции, демонстрация рекламируемых услуг и пр.



Реклама на выставках и ярмарках

Средства организации и стимулирования общения помогают наладить контакт между компанией и посетителями. Их также можно разделить на несколько видов.

Информационно-коммуникативные средства - это носители рекламной информации, бесплатно передаваемые в пользование посетителям с целью ознакомления с товарами/услугами компании.

приглашения;

проспекты на товары/услуги;

специализированные издания (журналы), каталоги, листовки, буклеты, фотоальбомы;

компакт-диски, аудио-и видеокассеты.



Реклама на выставках и ярмарках

- **Сувениры** – это подарки, на которых изображена символика мероприятия или логотип рекламодателя, вручаемые посетителям



Реклама на выставках и ярмарках

Инновационные средства рекламы можно разделить на три группы:

Нетрадиционные объекты, используемые для размещения рекламы, - это объекты, как правило, не выступающие носителями рекламы, например, телефонные будки, урны для мусора, упаковка и тара, фирменная одежда персонала и т. д.



Реклама на выставках и ярмарках

- Анонсы - это печатные, электронные, интерактивные материалы, извещающие посетителей о программе выставки и мероприятиях, проводимых в ближайшие часы и дни.
- Обращения - это надписи (слоганы), напоминающие и побуждающие к действию, могут использоваться в аудио- и видеотрансляциях или при пользовании компьютерами, а также располагаться на мобильных объектах, например, на товарных тележках, аэростатах и пр.
- Реклама в составе экспозиции должна быть сразу видна посетителям. На самом лучшем месте, например, в центре стенда на уровне глаз посетителя, должна размещаться самая важная и впечатляющая информация о компании.
- Участник выставки может разослать своим клиентам и потенциальным покупателям приглашения, используя прямую почтовую рассылку.
- В программу работы стенда экспоненты зачастую включают акции по стимулированию сбыта.
- Демонстрация работы каких-либо технических устройств, совмещенные с сэмпингом или тестингом.
- В программу работы стенда экспоненты зачастую включают акции по стимулированию сбыта.
- Демонстрация работы каких-либо технических устройств, совмещенные с сэмпингом или тестингом.

Реклама на выставках и ярмарках

Тестинг – Тестирование товара, его свойств



Семплинг – распространение образцов товара потребителям бесплатно или на пробу.

