

# «РТ–2008»: второй десяток пошел!

Одиннадцатая выставка «Рекламные Технологии» состоялась. Что-то осталось по-старому, что-то изменилось — надеемся, к лучшему. Предлагаем традиционный отчет о проделанной работе.

Светлана  
ТРОФИМОВА



Директор выставки

По уже сложившейся традиции в рамках выставки проходило огромное количество семинаров. Как всегда, ажиотажным был первый день, посвященный поисковому продвижению и контекстной рекламе. Оно и понятно: тема, освещаемая «Яндексом», во-первых, актуальна в связи с постоянным перемещением информации в плоскость Интернета, а во-вторых, интересна самым широким кругам специалистов — не только вовлеченных в производство и продажу рекламы, но и, напротив, тратящих на нее деньги, а значит — ищущих способы оптимизации рекламного бюджета.

В то же время пользовались успехом и узкоспециализированные семинары — в частности, посвященные проблемам спецвидов печати, не говоря уже о «цифре», так любимой производителями рекламной продукции. Техническая выставка как нельзя лучше подходит для проведения подобных обучающих мероприятий, поскольку позволяет в реальном



времени продемонстрировать освещаемые продукты и решения.

Из новинок многих заинтересовал подраздел выставки, который мы назвали «Арттехнологии». Конечно, речь шла не о чистом искусстве, а скорее о «не рекламных» применениях рекламных технологий, в частности, цифровой широкоформатной печати. Однако приток новых посетителей — художников, галеристов, фотографов — был приятным сюрпризом как для организаторов выставки, так и для экспонентов. Ведь эта новая целевая группа точно так же покупает технику и заказывает услуги, как и основные посетители.

Кстати, в этом году экспозиция галереи «АртГнездо» была организована при партнерской поддержке компании Epson — многие репродукции картин были отпечатаны на принтере Epson Stylus Pro 9880.

Вы посещаете выставку «РТ»:

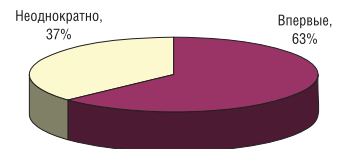


Рис. 1

Вы приехали из:



Рис. 2

О выставке «РТ» Вы узнали:

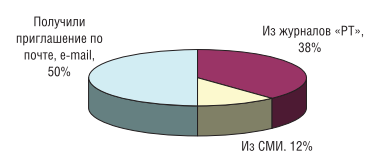


Рис. 3





Будучи по совместительству и организаторами, и участниками выставки, мы как всегда не только регистрировали гостей на входе в павильон, но и проводили анкетирование на наших стендах «РТ». Это позволило собрать более подробную информацию о посетителях и получить их фактурный детализированный портрет.

### Результаты приводим ниже.

Как видно из диаграммы на рис. 1, продолжает расти количество новых посетителей. Скорее всего, это связано с более масштабной по сравнению с прошлым годом рекламной кампанией выставки. Помимо рекламы в журналах «РТ» и наших собственных многотысячных почтовой и электронной рассылках, пригласительные распространялись через издания «Мой район», «Московская среда», «На стол руководителю», «Компьютер Бизнес Маркет», «Инфо Ол Бумага», каталог «АИТЭРА», журналы ИД РБА и Си-Эм, а также открытки Fly Cards. В Интернете нас, как всегда, продвигал Yandex, а на радио — станция «Эхо Москвы». Кроме того, наши баннеры висели на многих интернет-порталах.

Несмотря на тотальное повышение цен на проживание в гостиницах и билеты, нашу выставку по-прежнему не пропускают специалисты из регионов (рис. 2), чем могут похвастаться очень немногие московские события. Доля «нестоличных» посетителей составила 41%. Эта цифра ярко иллюстрирует один из основных векторов развития рекламного бизнеса: новые технологии и новые рынки осваивает не только Москва, но и другие крупные и средние города России.

Диаграмма на рис. 3 еще раз подтверждает эффективность адресной почтовой и электронной рассылки, а также (что при-

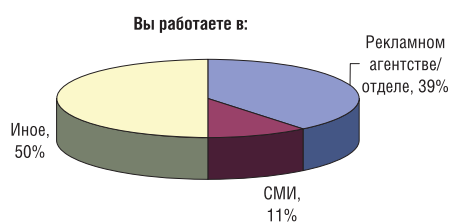


Рис. 4

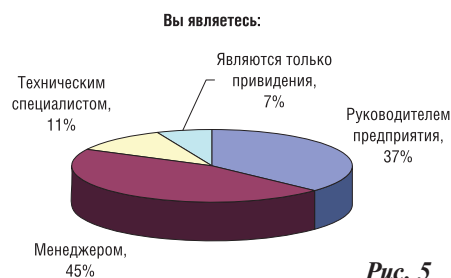


Рис. 5



Рис. 6

ятно) рекламы в наших узкоотраслевых изданиях.

Уровень образования наших гостей по-прежнему не вызывает вопросов (рис. 6): 89% имеют высшее образование.

Из диаграммы на рис. 7 видно, что половина посетителей приходит именно за технологиями, т.е. представляют рекламно-производственный бизнес. В то же время примерно четверть гостей в качестве основной цели посещения отметили поиск поставщиков рекламной продукции и услуг — очевидно, это специалисты из рекламных агентств и отделов рекламы компаний-заказчиков.

Интересно, что растет количество людей, получающих рекламное образование в качестве второго высшего (рис. 8).

Приятно, что половина посетителей наших стендов (рис. 9) предполагали зайти на них еще при планировании своего визита и подавляющее большинство из них периодически читает наши журналы (рис. 10).

Ну и самое главное (рис. 12) — 78% посетителей оценили свой приход на выставку (который в своем роде является оценкой нашей работы) как полезный и 20% — как небесполезный. Ну а 2% либо действительно не нашли на выставке того,





что искали, либо просто подошли к заполнению анкет с чувством юмора. Будем надеяться на последнее!

Вот, в целом, итоги выставки. Напоследок хотелось бы заметить следующее.

Часто приходится слышать о кризисе выставочного бизнеса, о том, что «на выставках — одни и те же лица», и потому нет смысла в них участвовать.

Мы уверены, что это не так. Причин две. Первая — вы не участвуете, на ваше место приходит другой — мы только что вернулись с «Сибирской ярмарки», где наблюдали это воочию, место «сошедших» тут же заняли новички.

Вторая — и лица все-таки разные. Наша выставка идет более десяти лет, а впервые в этом году пришли более половины посетителей!

Что же касается количества гостей, то здесь не поспоришь: оно сокращается на всех выставках. Но нужен ли вал людей на профессиональных встречах? Пустые залы, конечно, должны быть исключены. Да их и не бывает у тех, кто работает много лет и не жалеет средств на рекламу и информацию.

Но главным результатом мы все-таки считаем «качество» публики. И здесь еще раз обращаем внимание на рис. 5. Когда каждый третий посетитель — топ-менеджер, участие в выставке окупится по-любому.

Искренне надеемся, что нам удастся собрать хорошую аудиторию и в следую-



Цель посещения выставки:

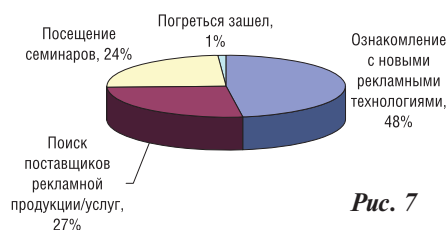


Рис. 7

Имеете ли Вы рекламное образование?

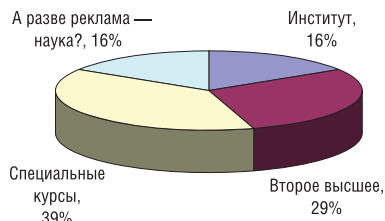


Рис. 8 Было ли посещение стенда «РТ» одной из целей визита на выставку?



Рис. 9

Читаете ли Вы журналы «РТ»?

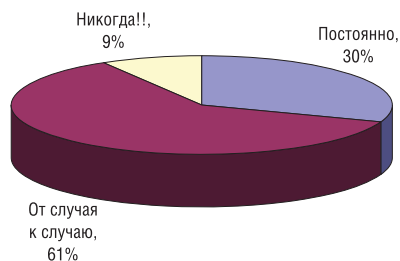


Рис. 10



Ваш возраст:

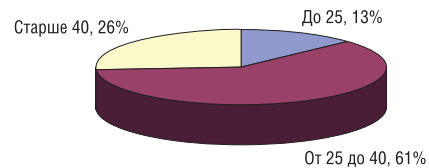


Рис. 11

Получили ли Вы пользу от визита на выставку?

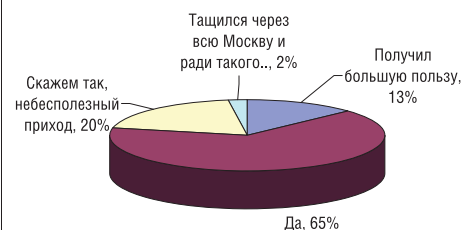


Рис. 12

щем году. Так что ждем всех в «Сокольниках» с 17 по 20 февраля 2009 г. На XII специализированной... — ну, дальше вы сами знаете!