



Выставки — эффективный ресурс для организации и проведения социо-культурных и маркетинговых исследований, т.к. они дают заинтересованным организациям обширную прикладную информацию. Каждая выставка является своеобразным срезом вполне конкретной рыночной ситуации, она дает возможность не только осуществлять поиск соответствующих рынков, но и участвовать в выходе на эти рынки с помощью наиболее эффективных способов. Каждая выставка - важная и, что ценно, емкая в плане материальных затрат часть маркетингового плана любой организации, которая принимает в ней участие в роли экспонента, посетителя или, тем более, организатора.

Ценность исследований на выставках состоит в том, что они, с одной стороны дают возможность получить богатый объем данных быстро и дешевле, нежели в обычных условиях, позволяют достичь углубленного понимания рыночной ситуации, не ориентируясь на затратный и долговременный массовый сбор данных, поскольку многие выставки проводятся с определенной периодичностью и по конкретной тематике, они позволяют отслеживать динамику различных показателей, а число так трендов может достигать значительной величины, а так же и исследования на выставках позволяют определить новые тенденции в развитии рынка, выявить образовавшиеся лакуны и сосредоточить внимание на изучении тех сегментов, которые представляются самыми перспективными. Участники выставки образуют вполне конкретное сообщество и обладают огромным объемом самой разнообразной и надежной маркетинговой информации.

Каждый выставочный проект в ходе подготовки «обрастает» огромным количеством документации, которая стандартна по своей структуре для каждой выставки. Т.о., подготовка и реализация проекта может быть представлена в виде организационного плана и коррелирующего ему документооборота.

Организационный план - эффективный инструмент организации и контроля отдельных этапов подготовки выставки. Временные рамки реализации плана подготовки и проведения выставки очень эластичны (от 2 мес, до 2 лет в зависимости от типа и масштаба выставки).

Какие выставки самые популярные? На мой взгляд на первом месте - это книжные выставки. Поскольку такой тип мероприятий проходит чаще всего по всему миру. Это возможность для любителей литературы не только ознакомиться с новыми

авторами, но и прикупить пару книг по цене дешевле рыночной. На втором - выставки картин и фотографий. Художественные галереи пользуются большой популярностью среди любителей искусства. И на последнем для меня это - выставка собак. Все мы любим животных, а посмотреть, как умные и красивые песики делают невероятные для собак вещи - достаточно интересное зрелище. И несмотря на развитие технического прогресса, такое мероприятие, как выставка, не теряет своей актуальности и по сей день.

Таким образом, современная выставка - это не только эффективное средство сбыта, это важнейшее средство коммуникаций и обмена информацией. Товар на выставке можно показать в действии, рассказать о нем подробно, а именно так, как хочет представитель компании-экспонента. Выставка помогает привлечь новых клиентов, найти партнеров и инвесторов. С помощью выставки гостиница может сделать вывод о новых товарах и услугах, продвигаемых на рынок, провести маркетинговое исследование рынка сбыта, узнать основных потребителей услуг, выделить новые сегменты рынка.