

«Стенд с собой»

Как быть с застройкой, когда компания участвует в выставке в другом регионе, другой стране?

На сегодняшний день все большее количество украинских компаний принимают участие в выставках в других городах, регионах, странах. В данной ситуации перед экспонентом, иногда даже более остро, чем обычно, становится вопрос «как быть с застройкой»? Куда бежать, к кому обращаться, сколько это может стоить и как вообще все это организовать?.. Есть несколько вариантов решения этой задачи.

ВАРИАНТ 1 – самый простой и дешевый, заказать стандартную оборудованную площадку у организаторов выставки по месту. Но, как правило, компании участвуют в выставках в других регионах или странах с целью завоевания новых территорий, новых рынков, и поэтому пытаются как-то выделиться, что не легко сделать на обычном стандартном стенде.

В этом случае есть **ВАРИАНТ 2** – использование специализированных мобильных выставочных систем. Они смотрятся выигрышно по сравнению с обычным стандартным оборудованием, легко транспортируются и быстро собираются собственными силами экспонента. На рынке они достаточно хорошо представлены как зарубежными, так и отечественными производителями в различных ценовых сегментах. Данный вариант хорош тем, что при «домашней» подготовке на выезде получается достойный результат при минимуме проблем.

И, наконец, **ВАРИАНТ 3** – самый сложный и дорогой, но в то же время и самый результативный с точки зрения достижения поставленных целей. Это

реализация интересного эксклюзивного проекта. Здесь возможны следующие подварианты:

- а) Разработка и изготовление эксклюзивного стенда у застройщика по месту проведения выставки.
- б) Разработка проекта у «домашней» компании (в Вашем городе, регионе) с последующей реализацией данного проекта местным застройщиком (по месту проведения выставки).
- в) Разработка и реализация проекта «домашним» застройщиком под ключ, включая проблемы транспортировки.
- г) Разработка «домашним» застройщиком такого эксклюзивного проекта, который можно реализовать на месте собственными силами экспонента.

Каждый из перечисленных вариантов и подвариантов со своими достоинствами и недостатками имеет право на жизнь, главное – правильно оценить ситуацию, взвесить все «за» и «против» и сделать выбор. Выбор, который будет исключительно индивидуальным для каждой компании.