

EXPO XXI

luty 2008 nr 1 (10)
February 2008 no. 1 (10)

POD LUPĄ • SPECIAL REPORT



Stoisko – wizytówka firmy na targach

Z szefową Działu Sprzedaży Warszawskiego Centrum EXPO XXI Małgorzatą Tomaszewską rozmawiamy o przepisie na idealne stoisko.

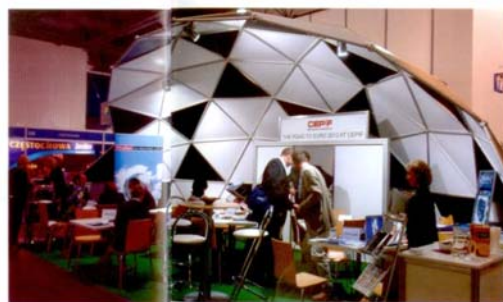
Czy istnieje przepis na idealne stoisko?
Małgorzata Tomaszewska: Gotowego przepisu na idealne stoisko nie ma. Są oczywiście prowadzone badania mówiące, ile powierzchni targowej powinno przypadać na jedną osobę obsługującą stoisko, ale wszystko to nie zastąpi naszego zdrowego rozsądku. Jeśli wystawca ma do pokazania np. dużą maszynę, musi zapewnić jej odpowiednią ekspozycję, przewidzieć miejsce dla zwiedzających, odpowiednio je zabezpieczyć, musi przewidzieć odpowiednią powierzchnię targową potrzebną na ekspozycję, zaplecze, recepcję i miejsce

Jakie są najczęstsze błędy popełniane przez wystawców?
M.T.: Koszty związane z udziałem w targach stanowią znaczną pozycję w budżetach marketingowych. Jest to inwestycja, która przyniesie zyski, jeśli się do niej odpowiednio przygotujemy. Niektórzy wystawcy próbując obniżyć koszty, popadają w pewną „pułapkę targową”. Konsekwencją takich działań jest niewystarczająca powierzchnia do prezentacji oferty, zbyt mała liczba osób obsługujących stoisko, nieciekawość, pozbawiony indywidualnych elementów projekt stoiska. Na targach

„jak cię widzą, tak cię piszą”, zatem dbałość o wizerunek jest bardzo ważna.

Co było modne w tym roku, a co będzie trendy w przyszłym?

M.T.: W tym roku, w Warszawskim Centrum EXPO XXI, dało się zauważyć znaczący wzrost liczby stoisk indywidualnych. Sądymy, że tego typu trend będzie również kontynuowany w przyszłym roku. Nawet małe stoiska 12–15 metrowe, dzięki temu, że mają indywidualną zabudowę, wyróżniają się znacząco spośród innych stoisk. A o to przecież chodzi na targach – o bycie zauwa-



zując swoje projekty wykorzystując do budowy stoisk różne materiały, od systemów wystawniczych, po drewno, płyty MDF, pleksi, czy wykorzystanie roślinności.

Jakie stoisko utkwiło Pani w pamięci?

M.T.: Zapamiętałam stoisko na Targach CEPIF 2007 poświęcone EURO 2012 – w kształcie piłki futbolowej, stoisko firmy Thalgo na jesiennym Salonie Kosmetycznym czy np. stoisko Games System na Targach SUREXPO, wyłożone niespotykaną na ogół na targach białą, puszystą wykładziną.