

«НАУКА | RASTUDENT.RU»

Электронный научно-практический журнал

График выхода: ежемесячно

Языки: русский, английский

ISSN: 2311-8814

Издатель: компания INFLASH

Учредитель: ИП Соколова А.С.

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

Прием статей по e-mail: rastudent@yandex.ru

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

Габдуллина Л. М., Липина Е. С. Участие в выставке в сегменте B2B на примере компании ОАО АНК «Башнефть» // Наука-RASTUDENT.RU. – 2014. – No. 3(03-2014) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/3/1268/>

© Габдуллина Л. М., Липина Е. С., 2014

© ИП Соколова А.С., 2014

© Компания INFLASH, 2014

Габдуллина Ляля Маратовна,
*Сотрудник Moscow Business School;
Старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы*

Липина Евгения Сергеевна,
*студентка 4 курса
кафедра маркетинга и рекламы
Институт управления и безопасности предпринимательства
Башкирский государственный университет
г. Уфа, Российская Федерация*

Участие в выставке в сегменте B2B на примере компании ОАО АНК «Башнефть»

Аннотация: В 2013 году компания ОАО АНК «Башнефть» приняла участие в IV Международном Экологическом Форуме, XVIII специализированная выставка «УралЭкология». Выставка – уникальный механизм маркетингового воздействия. В данной статье приведен анализ участия компании «Башнефть» в выставке, а так же этапы проведения выставки.

Ключевые слова: выставка, ярмарка, выставочная деятельность, B2B, этапы выставки, Башнефть.

Gabdullina Lyalya Maratovna,
*The Employee Of The Moscow Business School;
Senior teacher of the Department of marketing and advertising*

Lipina Evgeniya Sergeevna,
*the 4th year student
the Department of marketing and advertising
Institute of management and security of entrepreneurship
Bashkir state University
Ufa, Russian Federation*

Participation in the exhibition in the B2B segment on company «Bashneft»

Abstract: In 2013, the company JSC «Bashneft» has taken part in IV International Ecological Forum, 18th specialized exhibition «Uralecology». Exhibition is a

unique mechanism marketing impact. In the article an analysis of the participation of the company «Bashneft» in the exhibition, as well as the phases of the exhibition.

Keywords: Exhibition, trade fair, exhibition activities, B2B, stages exhibitions, Bashneft.

Выставка - это форма взаимодействия компании с целевой аудиторией потребителей и потенциальными партнерами, часть системы маркетинговых коммуникаций организации. Участники выставочных мероприятий собираются на одной территории и представляют посетителям и друг другу свои достижения в отрасли или новые товары[2].

Выставка - это уникальный механизм маркетингового воздействия, соединяющий в себе все инструменты сбыта и продвижения продукции.

Выставочную деятельность можно включить в сферу специальных услуг. Она, как любая маркетинговая деятельность:

- не имеет овеществленной формы,
- не имеет сопровождения материальной составляющей, такой, как реклама.

Любая выставка, даже так, которая проходит каждый год, является единственным, индивидуальным продуктом. Определение выставок может определяться с двух сторон. Первое, о выставках можно говорить, как о коммерческом мероприятии, потому что их организация и проведение связаны с получением экономической выгоды для всех сторон – экспонентов, организаторов и посетителей. Второй аспект понятия связан с выставками в художественном, культурном и историческом понимании. Выставки в этом случае преследуют просветительские, художественные и эстетические цели. Хотя и в этом представлении участники могут стремиться иметь целью получение прибыли от организации и участия. Тем не менее, было бы некорректно говорить о том, что именно это есть основная цель участия в выставке.

Рассмотрим участие в выставке компании ОАО АНК «Башнефть». ОАО АНК «Башнефть» — динамично развивающаяся вертикально-интегрированная нефтяная компания, сформированная на базе крупнейших предприятий ТЭК Республики Башкортостан в 1995 году. Компания входит в топ-10 предприятий России по объему добычи нефти и в топ-5 — по нефтепереработке[3].

ОАО АНК «Башнефть» позиционирует себя, как социально-ответственная компания, оказывающая содействие совершенствованию функционирования системы промышленной безопасности и экологии. Башнефть – это компания, которая с уважением и почтением относится к земле, дающей природные богатства, заботится о ее благополучии и здоровой атмосфере для проживания населения, совершенствует качество топлива, сокращая выбросы в атмосферу, и изучает состояние природных заповедников.

Миссия компании заключается в улучшении качества жизни населения Республики Башкортостан и Российской Федерации в целом.

В 2013 году компания ОАО АНК «Башнефть» приняла участие в IV Международном Экологическом Форуме, XVIII специализированная выставка «УралЭкология». Промышленная безопасность 2013». Выставка проходила с 8 по 10 октября 2013 года, на площадке спортивного комплекса «Уфа Арена».

Выставку «УралЭкология» можно классифицировать:

1. По географическому составу экспонентов – международная.
2. По отраслевому, тематическому признаку – промышленная.
3. По значимости мероприятия для экономики города и страны – выставка федерального значения.
4. По времени функционирования – краткосрочные (3 дня).
5. По специализации – B2B.
6. По цели участия – целевая и имиджвая.

В организации выставки «Башнефть» можно выделить следующие этапы[1, с. 94]:

1. Подготовка к выставке

а. Составление перечня выставленной продукции

Здесь нужно составить очень подробный перечень предметов и вещей, которые понадобятся на выставке. Такой документ упрощает учет и хранение вещей, помогает определить недостающие предметы, контролировать их наличие и своевременное пополнение.

б. Составление плана выставочного стенда

Существует несколько базовых конструкций стендов, которые организаторы выставки предлагают экспонентам. Обычно это конструкции размером 3х3, 4х3, 6х3, 6х4, 6х6 кв. м. Основным критерием оценки для выбора подходящего стенда – это цена и размер экспозиции.

Все оформление стенда, а так же плакаты и надписи должны быть связаны и взаимодополнять друг друга. Дополнить сам стенд могут фотографии, газеты, плакаты, диаграммы. Однако, их не должно быть слишком много, они не должны отвлекать внимание от стенда компании на выставке. Так же не воспринимается и не улавливается посетителями и большое количество рисунков, текстов, которые расположены по всему стенду в разброс.

Стенд компании «Башнефть» на выставке располагался в самом выгодном месте – при входе посетители могут сразу его видеть, а так же должен занять самую большую площадь, по сравнению с другими экспонентами.

с. Заключение договора с организаторами выставки

Необходимо заранее, за определенный срок, как правило, за месяц до выставки, организатору направляется заявка на участие, в ней указаны все реквизиты компании. Суть этой заявки – это заблаговременная регистрация и бронирование выставочной площади. Подтверждение гарантирует получение базового набора услуг.

Организаторы выставки «УралЭкология»:

- Правительство Республики Башкортостан
- Федеральная служба по надзору в сфере природопользования,
- Комитет Государственной Думы Российской Федерации по природным ресурсам, природопользованию и экологии
- Научный совет Российской академии наук по проблемам экологии и чрезвычайным ситуациям

-Торгово-промышленная палата РФ

-Торгово-промышленная палата РБ

d. Изготовление рекламных и информационных материалов (информационных листов, буклетов, плакатов, проспектов)

e. Подготовка стендистов и персонала

Весь персонал на выставке должен обладать определенными качествами: знанием продукции фирмы и ее истории, умение общаться с людьми, направлений деятельности, желанием общаться с людьми, выносливостью, привлекательной внешностью. В качестве стендистов работают 2 сотрудника компании и 2 приглашенных человека – девушки модельной внешности в форме, которая раскрашена в цвета «Башнефти» - зеленый, белый, малиновый.

f. Составление сметы затрат

g. Подготовка пресс-релиза о выставке

2. Проведение выставки

a. Составление расписания работы персонала

Необходимо расписать распорядок дня работы выставки. Стенд должен постоянно функционировать, велика возможность упустить потенциального партнера в потоке посетителей.

На время работы выставки «УралЭкология. Промышленная безопасность 2013» компания «Башнефть» выделяет двух стендистов из числа своих сотрудников и двух приглашенных. Сотрудники компании находятся на стенде в течение всей работы выставки, 8,9 и 10 октября, с

10:00 до 18:00, то есть в общей сложности 24 часа. Приглашенные стендисты в фирменных костюмах работают на стенде с 13:00 до 18:00 три дня работы выставки.

б. Завоз и вывоз оборудования

Одним из важных компонентов подготовки является доставка и размещение экспонатов на стенде. Необходимо заблаговременно определить что, куда и когда ввозить и вывозить. На имя организаторов пишется письмо-заявка на разрешение доставки необходимых для компании выставочных материалов и оборудования для стенда. Так же необходимо получить пропуск для водителей и машин на ввоз и вывоз материалов. В этом письме необходимо указать подробный список предметов, которые ввозятся на территорию организатора.

с. Заключение договоров и осуществление продаж

На выставке и на стенде в частности реализуются и другие коммуникационные маркетинговые элементы, такие как личная продажа, например, товары на стенде можно продавать с некоторой скидкой.

Еще на выставочном стенде можно проводить различные лотереи, бесплатные раздачи образцов продукции и товаров, это позволит простимулировать сбыт, так же можно раздавать фирменную продукцию (ручки, календари), листовки с расценками, контактной информацией.

3. Обработка результатов выставки

По окончании работы на выставке ответственный за это персонал сообщает об общих итогах руководству. Здесь указываются все возникшие проблемы, как они были решены, что следует учесть в дальнейшем. Собрав воедино все результаты данной выставки возможно зафиксировать, по горячим следам, все минусы и плюсы, выявить свои слабые места и возможности, а так же адаптироваться к новым условиям в дальнейшем.

Работа после окончания выставки включает:

а. Установление плотного контакта с посетителями

б. Подведение итогов выставки

с. Оценка плюсов и минусов

Итак, из трех этапов выставки, наиболее важным является подготовительный, предвыставочный этап. От того, как экспонент готов к выставке, зависит успешное ее проведение. Но так же не нужно забывать и о работе стендистов, так как они являются лицом компании на выставке.

Список литературы:

1. Добробабенко Е.В. Выставка под ключ. Готовые маркетинговые решения / Е.В. Добробабенко, Н.С. Добробабенко. – М. :Омега-Л, 2011, 247 с.
2. Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга / Л.Ф. Назаренко // Реклама и PR. - 2008. - №4. стр. 17
3. Официальный сайт ОАО АНК «Башнефть» [Электронный ресурс] // <http://www.bashneft.ru> (18.12.2013)

© Габдуллина Л. М., Липина Е. С., 2014