**SKREPKA EXPO ONLINE**

**Интервью руководителя проектов Скрепка Экспо - Татьяны Калининой отраслевым СМИ.**

1. **Каковы были цели первой дистанционной мультитематической выставки SKREPKA EXPO ONLINE и удалось ли их достичь?**

За последний год онлайн-мероприятия пережили ускоренную эволюцию, и мы отреагировали на этот тренд созданием инновационной платформы для бизнес-коммуникации.

Выставка **SKREPKA EXPO ONLINE**— это во-первых, инструмент решения бизнес-задач для ее участников, а во-вторых, это событие, которое объединяет участников разных индустрий, несмотря на пандемию и удаленность друг от друга. Как показала наша первая дистанционная выставка - мы всё равно можем общаться все вместе и реализовывать свои цели.

Мы создали удобное и безопасное виртуальное пространство для делового общения профессионалов нескольких отраслей. Эта задача была полностью выполнена, что подтверждается отзывами участников и основными показателями выставки:

* 1087 посетителей и 51 компания-экспонент
* высокий процент участников, принимающих решение о закупке – 70% - показал полезность мероприятия.
* участие в выставке представителей разных отраслей свидетельствовало об актуальности нового формата для большинства рынков:
	+ канцелярские товары 41%
	+ сувениров и подарки 22%
	+ игры и игрушки 16%
	+ дом и офис 15%
* на платформе взаимодействовали экспоненты из 7 стран и посетители из 17 стран мира, что подтверждает международный статус выставки **SKREPKA EXPO ONLINE**
1. **В чем ценность проведенной онлайн-выставки для ее участников – посетителей и экспонентов?**

Онлайн формат **SKREPKA EXPO ONLINE** дал возможность участникам полноценно работать на выставке, общаясь с покупателями или поставщиками, не покидая своего офиса, в безопасных и комфортных условиях. Это был наш первый опыт проведения мероприятия на технологичной цифровой платформе. По отзывам экспонентов и посетителей, этот опыт оказался удачным.

Экспоненты достигли своих целей: продемонстрировали продукцию профессиональной аудитории, провели презентации и мастер-классы, привлекли новых клиентов, попробовали новые формы коммуникации. Посетители ознакомились с новинками производителей, посетили презентации и дилерские конференции, приняли активное участие в деловой программе выставки.

Участники выставки отметили актуальность тем и мощный состав спикеров Форума ГЛАВНЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ВОПРОС, а также удобство онлайн- формата для просмотра сессий Форума и участия в дебатах.

1. **Какой была деловая программа прошедшей выставки и каковы преимущества и ограничения онлайн мероприятия с точки зрения программы?**

Деловая программа выставки SKREPKA EXPO ONLINE была, как обычно, насыщенной, в рамках выставки состоялись важные для отрасли мероприятия:

 - Форум ГЛАВНЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ВОПРОС**,** цель которого - помочь участникам рынкаувидеть дополнительные возможности для изменения стратегии и развития своего бизнеса. **На Форуме прошли** важные выступления бизнес-спикеров и дискуссии по вопросам, волнующим многих участников рынка:

* **какие экономические факторы учесть и как планировать будущее владельцам бизнеса;**
* **о минусах и плюсах удаленной работы;**
* о векторах развития рынка канцелярских и детских товаров и особенностях поведения российского покупателя ;
* и многие другие темы.

 - Интерактивный фестиваль ART SHOW ONLINE,гдепроизводители продукции для хобби и творчества продемонстрировали посетителям презентации и мастер-классы  новых коллекций. Онлайн формат не помешал передать творческую атмосферу фестиваля - все посетители мастер-классов смогли в деталях рассмотреть процесс создания творческих работ художников, изучить выбранные материалы и инструменты и получить обратную связь от компаний.

**Конечно же,** онлайн отличается от офлайна энергиями, которые передаются в этих форматах, и это сильно влияет на возможности деловой программы. Речь не идет о полной невозможности проведения тех или иных мероприятий, технологичная платформа предоставляет много вариантов, вот только форма этих мероприятий и подготовка к ним кардинально меняется.

Например, работа спикеров и модераторов онлайн намного более сложная - когда мы работаем на мероприятии со сцены, то видим реакцию людей - обмен энергией на офлайн-мероприятиях гораздо интенсивнее. При работе онлайн спикерам желательно подавать свой материал более четко и структурно, концентрировать свою мысль и готовить презентацию так, чтобы она максимально доходила до аудитории -онлайн-контент должен быть максимально цепляющим и удерживающим. Не менее важно активно работать с онлайн формами обратной связи- оперативно отвечать на вопросы в чате и откликаться на пожелания модератора. Те же самые ограничения действуют для проведения мастер-классов, где нужно по максимуму использовать технологии и донести до аудитории все нюансы материалов и работы ведущих.

**4) Расскажите о ваших дальнейших планах по проведению онлайн и офлайн выставок – на какой формат вы будете делать упор с учетом текущей ситуации.**

**С учетом мировых трендов на цифровизацию и текущей коронакризисной ситуации мы планируем развивать оба формата. И у онлайн, и у офлайн выставки есть свои сильные стороны, поэтому комбинированный формат в ближайшее время будет самым конкурентоспособным.**

 SKREPKA EXPO ONLINE - часть общего выставочного проекта Скрепка Экспо, при этом онлайн выставка не замещает офлайн, а расширяет возможности коммуникации для экспонентов и посетителей. Поэтому в ближайшее время – в феврале 2021 года - мы планируем провести и вторую дистанционную выставку SKREPKA EXPO ONLINE, и традиционную 28-ю офлайн выставку CКРЕПКА ЭКСПО.

Главное преимущество онлайн-формата в том, что он совершенно не ограничен (за исключением технических мощностей) в географии и количестве присутствующих. В офлайне действуют ограничения, связанные с пространством. Это достаточно весомый бонус онлайна, позволяющий делать более масштабные международные мероприятия.

**Однако никто не сможет спорить с сильными сторонами офлайна:**

* **Прежде всего, это “живой” контакт с аудиторией - возможность посмотреть, потрогать, понюхать продукцию здесь и сейчас.**

Для человека крайне важно поговорить вживую, дать обратную связь в моменте. Да, современные информационные технологии достаточно сильно развиты, но пока далеки от того, чтобы передавать весь спектр мыслей, эмоций, визуала. Встречаются профессиональные спикеры, способные «пробивать экран», но пока таких мало.

* В режиме онлайн не всю информацию возможно донести - **через экран не передать всех деталей представленного товара.**Особенно, если речь идет о каких-то образцах продукции  - тактильность никто и ничто не заменит.
* Работа офлайн всегда динамичней. Скорость реагирования на любую мысль, возможность моментально управлять залом дает дополнительную ценность.

* В офлайн мероприятии меньше вероятность технических сбоев — в онлайн пространстве мы зависим от качества связи не только на площадке, но и у распределенных в пространстве спикеров, модераторов, слушателей и от их технических навыков. Многие люди пока слабо разбираются в последних технологиях.
* И, кончено же, офлайн – это всегда ПРАЗДНИК, атмосфера, которую может передать только «живое» мероприятие. Ведь на нашу выставку приезжают люди из разных уголков Земного шара, в том числе и с этой целью. Мы умеем создавать ПРАЗДНИК.

Выбирая между офлайн и онлайн, я выберу сочетание обоих форматов как наиболее перспективный и эффективный вариант для бизнеса.

**5) Есть ли какие-то советы и рекомендации будущим участникам выставки?**vent-эксперт, врач, бизнесмен.

Если говорить о выставке SKREPKA EXPO ONLINE, то участникам важно преодолеть психологический рубеж неприятия онлайн-коммуникаций. Онлайн  - это ваша возможность  начать выступать, перебороть чувство страха перед аудиторией. Сделать первый шаг на расстоянии гораздо проще! Как бы там ни было, онлайн займёт в нашей жизни гораздо больше места, чем это было еще год назад, и это хорошо. Постепенно, технологии будут становиться еще более совершенными, и дальше будет проще и легче.

Одним из следующих наших шагов в онлайне  - создание КУЛЬТУРЫ работы в подобном формате. Разработка алгоритма рекомендованных действий, которые помогли бы участникам для достижения своих целей, повышения имиджа компании в целом, способствовали бы успешным продажам.

Конечно же, все мы ждём офлайна, с радостью вернемся в него и будем проводить наши конференции и выставки именно так. Однако мы уже понимаем, что даже офлайн-мероприятия не обходятся без онлайн-поддержки. Поэтому будем использовать новые цифровые возможности ВМЕСТЕ С ВАМИ.