



*WOT (Werbeartikel on tour) – презентационная продукция в пути, это небольших масштабов выставка, проводимая фирмами отрасли, членами немецкой PSI.*

**WOT  
goes to  
Scandinavia**

[info@iapp-spb.org](mailto:info@iapp-spb.org)

..... 3 0 0 2 2

[www.iapp-spb.org](http://www.iapp-spb.org)

6

**И**дея выставки «на копесах» проста: фирма-участник грузит свой стенд на специально оборудованные для этого грузовики, которые на кораблях Silja Line переезжают из одной скандинавской столицы в другую, устраивая в каждой из них 1-2 дневные презентации новинок продукции. Время для проведения выставки весьма удачно с точки зрения расписания выставок PSI, и приходится на первый месяц лета – июнь, когда в Скандинавии еще не начался период отпусков. К этому моменту года многие фирмы уже успели накопить ряд вопросов, которые легче всего решить в личном контакте с представителем фирмы-поставщика, а до проведения осенней парижской выставки PSI еще довольно далеко. С другой стороны, июнь – время, когда в компаниях уже готовятся к осеннему сезону и планируют свои действия на время после летних отпусков.

К постоянным участникам относятся, прежде всего две фабрики шариковых ручек – германская Klio Eterna и швейцарская Prodir, которые легко уживаются в рамках даже такого небольшого шоу, поскольку не считают друг друга конкурентами, выпуская ручки разных ценовых категорий. Если германская фирма называет себя фабрикой цветов, и действительно таковой является, выпуская ручки дешёвые по стоимости, с возможностью выбора цветов деталей из 20, а более мелких частей ручки даже из 32 оттенков, то фирма Prodir позиционирует себя как производитель более дорогих пишущих изделий, отличающихся современным дизайном, новыми материалами изготовления и более сложным поворотным механизмом. Обе фирмы являются не просто участниками выставки, но и энтузиастами проведения этого мероприятия, если не главными его участниками. Остальные участники выставки подбираются так, чтобы не пересекаться по предлагаемой продукции, и уж во всяком случае, не представлять явно конкурирующие компании. Наверное, отчасти поэтому на выставке царит благодушная, деловая атмосфера, помогающая создать хорошую рабочую обстановку. Подумали организаторы тура и о том, чтобы посетители выставки, а ими являются уже существующие на момент проведения выставки деловые партнеры экспонентов из стран Скандинавии, смогли извлечь для себя максимальную пользу из мероприятия, поэтому при небольших масштабах, здесь представлены практически все возможные виды презентационной продукции, начиная с уже упоминавшихся ручек, настольных и наручных часов, календарей, сумок и зонтов, текстильных изделий, и заканчивая фабрикой пластмассовых изделий, фабрикой шоколадных и карамельных изделий и фирмой, торгующей дорогими кожаными вещами. Как правило, посетители выставки «на копесах» сотрудничают с какой-либо одной и двумя фирмами экспонентами, хотя и остальные участники не являются для них совсем неизвестными. Объединенные в PSI представители обеих сторон знают в большей или меньшей степени друг о друге,





однако, благодаря именно камерности шоу, у посетителей есть возможность поплучше рассмотреть изделия, представляемые им в зоне действия их рынка. Во время дюссельдорфской или парижской выставок времени не хватает даже на то, чтобы обойти всех тех, с которыми уже имеются деловые отношения, не говоря уже о том, чтобы попытаться найти для себя что-то новое. Трех дней для этого при масштабах выставок PSI явно маловато. Да и сам факт заграничной командировки оказывает на посетителей слегка оглушающее влияние. А здесь, у себя дома, в спокойной обстановке гостиниц Scandic или на борту круизного парома Silja Line, все гораздо проще, времени хватает не только на то, чтобы обсудить за фуршетом или чашкой кофе со своими деловыми партнерами результаты деятельности за прошедший период и наметить дальнейшие действия, но и познакомиться поплучше с менее известными для вас фирмами, и, может быть, сделать для себя какие-то находки и открытия. Каждая такая мини-выставка таит в себе массу таких находок. Кроме презентации своей продукции и плотного питания, каждому посетителю выставки выдается сумка с образцами и каталогами участников выставки, так что, если заговорившись со старыми друзьями или увлекшись новыми знакомствами, вы незаметно израсходовали весь лимит своего времени, огорчаться не стоит, поскольку вы унесете с собой исчерпывающую информацию о тех, кого вы не успели посетить. А они, в свою очередь, получив ваши визитные карточки, на которые обмениваются сумки с образцами, получают возможность связаться с вами напрямую и после выставки и пригласить вас лично посетить их стенды на следующих мероприятиях.

С прошлого года МАПП организует для своих членов поездки на WOT в Хельсинки. По отзывам посетивших выставку членов Ассоциации, они нашли для себя много полезного и интересного, а заодно смогли посетить своих финских партнеров ➡

**Выставка действительно небольшая, в ней принимают участие 10-15 фирм, из которых половина являются постоянными ежегодными участниками, а другая половина подбирается в зависимости от обстоятельств.**

