

ZADBAJ O TECHNOLOGIĘ W PRZESTRZENI TARGOWEJ

Z artykułu dowiesz się:

- ✓ Dlaczego nie warto ograniczać się jedynie do klasycznej zabudowy swojego stoiska.
- ✓ Czym różni się i jest oświetlenie architektoniczne i efektowe.
- ✓ Które rozwiązanie technologiczne oprócz klasycznych kwadratowych modułów ma również moduły w kształcie trójkątów oraz ćwiartek koła.
- ✓ Jak firma X-BOX wykorzystata na swoim stoisku ekrany LED i oświetlenie, by przyciągnąć swoich gości.

Tekst: Dominika Borawska

W poprzednich numerach „Event Management Polska” pisaliśmy już o tym, że targi to wymagająca forma komunikacji marketingowej, którą trzeba szczegółowo zaplanować. To jedna z tych pozycji w budżecie marketingowym firm, która zawsze wzbudza dużo emocji i jeszcze więcej pytań. Wiele osób wątpi w „sprzedażową” skuteczność targów, jednocześnie mając świadomość ich ważnej roli w polityce wizerunkowej firmy, jak i faktu, że nic nie zastąpi bezpośredniego kontaktu z klientem, krótkiej rozmowy i osobistej prezentacji usług i produktu. Pracując nad założeniami dotyczącymi udziału firmy w wydarzeniu, należy pamiętać, że odwiedzając je będą nasi obecni oraz potencjalni klienci, partnerzy biznesowi, a o ich uwagę będziemy walczyć z konkurencją, która podobnie jak my zdecydowała się na udział w wydarzeniu i podobnie jak my zrobi wszystko, aby przyciągnąć do siebie odwiedzających.

POPRAWNOŚĆ I UŻYTECZNOŚĆ TO ZA MAŁO

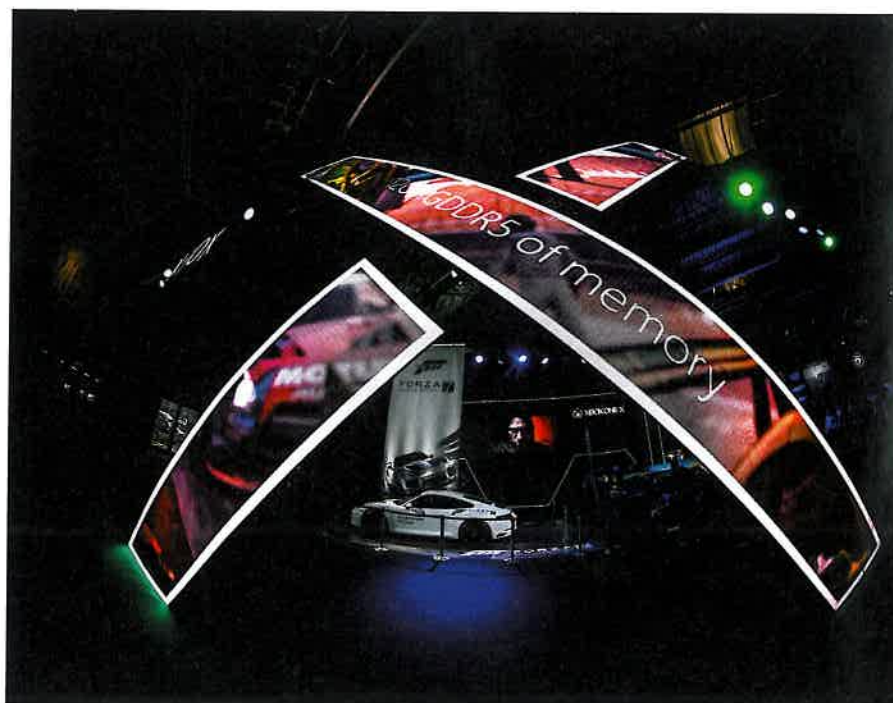
Stoisko to podczas targów wizytówka firmy. To, co i w jaki sposób zaprezentujemy, będzie decydowało o tym, czy i jak zostaniemy zapamiętani przez klientów. Spójna ze strategią wizerunkową firmy koncepcja artystyczna przestrzeni targowej i jej oryginalny projekt sprawia, że w oczach klientów staniemy się

nowoczesną, kreatywną firmą, która sięga po najnowsze i najlepsze na rynku rozwiązania. Ograniczenie się do klasycznej zabudowy targowej zapewni nam pełną „poprawność”, ale czy za tym stać będą tłumy odwiedzających? Niestety, nie. Planując stoisko targowe, trzeba wykaazać się nie tylko znajomością specyfiki targowej (każde stoisko powinno zawierać zarówno strefę informacyjną, jak i demo rozwiązań naszej firmy), ale również techniki eventowej i preferencji odbiorców. Tylko opierając się na posiadanej wiedzy

i doświadczeniu, jesteśmy w stanie zbudować stoisko, które rozbudzi w naszych gościach ciekawość dziecka i sprawi, że zostaną na nim dłużej niż u konkurencji.

TECHNOLOGICZNE TRENDY PRZESTRZENI TARGOWYCH

W ostatnich latach w każdej dziedzinie naszego życia zawodowego (jak i prywatnego) coraz silniej swoją obecność zaznacza technika. Podobnie jest w branży targowej.



■ Przykład realizacji stoiska xbox – Agencja Focus Event

”

Ograniczenie się do klasycznej zabudowy targowej zapewni nam pełną „poprawność”, ale czy za tym stać będą tłumy odwiedzających? Niestety, nie. Planując stoisko targowe, trzeba wykazać się nie tylko znajomością specyfiki targowej (każde stoisko powinno zawierać zarówno strefę informacyjną, jak i demo rozwiązań naszej firmy), ale również techniki eventowej i preferencji odbiorców.

Dobrze znane wszystkim targowe boksy z octanormy (system, z którego buduje się stoiska) i papierowe rollupy wypierane są przez zintegrowane technologiczne zabudowy targowe. Wystawcy prześcigają się w oryginalnych pomysłach na autorskie stoiska targowe, które powinny zaskakiwać, zaciekawiać odwiedzających, a nawet, poprzez systemy multimedialne, zapewniać interakcję.

Projektując stoisko targowe, może się wydawać, że wszystko już było, bo przecież technologie aż tak się nie zmieniają. Nic bardziej mylnego. Dzięki połączeniu techniki, kreatywności i wiedzy ciągle można tworzyć wyjątkowe instalacje targowe, opierając się na dobrze znanych rozwiązaniach. Skąd czerpać inspiracje? Obecnie najczęściej sięgamy po zasoby internetu, w którym bez trudu znaleźć można ciekawe pomysły. W sieci coraz częściej powstają platformy, które zbierają najciekawsze multimedialne aranżacje eventowe z całego świata.

Technika eventowa daje wiele możliwości podczas kreowania niestandardowych przestrzeni targowych. Wykorzystanie i łączenie różnych urządzeń multimedialno-oświetleniowych zmienia zwykłe stoisko targowe w nowoczesny, czasowy showroom.

EKRAN LEDOWY – NIEJEDEN MA... KSZTAŁT I PŁASZCZYZNĘ

Rozwiązaniem, które bardzo dobrze sprawdza się w jasnych przestrzeniach targowych, jest **ekran diodowy**. Najczęściej kojarzy nam się z prostokątem, różnej wielkości, na którym prezentowany jest zapętlony materiał. Warto jednak na ekrany LED spojrzeć z nieco innej perspektywy. Na rynku dostępne jest rozwiązanie typu Creative LED, czyli dioda, która oprócz klasycznych kwadratowych modułów ma również moduły w kształcie trójkątów oraz ćwiartek koła. Dodatkowo producent zapewnił tzw. cornery,

czyli diodowe narożniki umożliwiające budowanie w pełni multimedialnych, przestrzennych brył, a dzięki dodatkowym pushbarom (specjalne, dedykowane złącza pozwalające na montaż pojedynczych paneli ekranu diodowego przesuniętych względem siebie) w płaszczyźnie poziomej można do tej pory ściana diodowa może stać się przestrzenną, multimedialną szachownicą. Co tak naprawdę dla firmy oznaczają nieregularne moduły w ekranach diodowych? Jedną z zalet, od strony instalacyjnej, jest łatwość ich montażu i ich dostosowanie do całej scenografii. Nieregularne moduły to możliwość tworzenia kształtów multimedialnych bez konieczności dodatkowych wystron scenograficznych.

Jednym z przykładów zastosowania Creative LED podczas imprez wystawienniczych może być stoisko targowe firmy X-BOX (za którego kreację stoiska odpowiadała Agencja FocusEvents). Na stanowisku targowym firmy stanął wielkoformatowy multimedialny „X”, który nawiązywał w sposób jednoznaczny do jej nazwy. Zastosowanie Creative LED pozwoliło na ustawienie „X” w centralnym punkcie stoiska – jego wielkość i spektakularność sprawiły, że stał się swoistym punktem spotkań dla licznych odwiedzających, a firmie zapewnił ciągły ruch na stanowisku. Kreacja X-BOX-a to również dobry przykład pokazujący, jak ważne jest oświetlenie podczas targów. Niestandardowe multimedia zapewniły efekt WOW, a dobrze dobrane oświetlenie budowało klimat stoiska i podkreślało tożsamość firmy.

Litera „X” jest jedną z form, jaką można uzyskać dzięki Creative LED. Przestrzenne multimedialne logotypy, produkty, m.in. butelki, telefony, samochody, litery alfabetu czy cyfry, to jedynie przykłady kształtów, które można zbudować w przestrzeni targowej – w zależności od potrzeb danej branży.

Mówiąc o kształtach, nie można pominąć przestrzennych multimedialnych brył, które dzięki połączeniu z mechaniką eventową (np. wyciągarki, ramiona rotacyjne) mogą być w pełni ruchome, obracać się wokół własnej osi lub poruszać się w płaszczyźnie pionowej „góra”, „dół”. Ekrany LED, o czym w przypadku targów zapominamy, mogą być też wykorzystywane w płaszczyźnie poziomej jako multimedialna podłoga, aktywnie reagująca na ruch.

3 rozwiązania, na które powinieneś zwrócić uwagę w tym sezonie targowym:

1. Nietypowe kształty ekranów LED z możliwością wyodrębnienia pojedynczych paneli w płaszczyźnie pionowej i poziomej.
2. Multimedialna alternatywa klasycznych rollupów w postaci irollupa LED.
3. Perfekcyjne oświetlenie tworzące niepowtarzalną, zindywidualizowaną atmosferę stoiska.

RZUĆ ŚWIATŁO NA STOISKA TARGOWE

Targi odbywają się głównie w jasnych halach wystawienniczych. Mimo to warto pamiętać o dodatkowym oświetleniu, które podkreśli elementy scenografii targowej, na których najbardziej nam zależy. Wyróżnić można dwa główne rodzaje światła, jakie stosuje się podczas targów. Oświetlenie architektoniczne, które w subtelny sposób podkreśla kształt i formę stoiska przez cały czas ich trwania, często nawiązując do identyfikacji wizualnej firmy, oraz oświetlenie efektowe wykorzystywane podczas pokazów specjalnych, którego zadaniem jest spotęgowanie zainteresowania i przyciągnięcie uwagi odwiedzających.

PIERWSZE WRAŻENIE ZROBISZ TYLKO RAZ – PREMIERY

Targi to również, a może przede wszystkim, miejsce, gdzie wystawcy prezentują swoje produktowe premiery. Z reguły odbywa się to w formie cyklicznych pokazów specjalnych lub wyróżnionej strefy na stanowisku targowym. Dopracowanie tych elementów jest szczególnie ważne, ponieważ „pierwsze wrażenie zrobisz tylko raz”. Jak zaplanować pokaz lub strefę specjalną na targach? Na pewno należy zacząć od wizji lokalnej miejsca, tak aby poznać jego mocne i słabe strony oraz możliwości i ograniczenia techniczne obiektu. Nie każdy obiekt targowy przystosowany jest do podwieszania konstrukcji layherowych (konstrukcje sceniczne), przez co np. podnoszenie ciężkiego ekranu diodowego w kształcie walca, który odstaniac będzie najnowszy model auta, może być niemożliwe, a co za tym idzie – cała koncepcja okaże się nietrafiona. Dodatkowo warto zwrócić uwagę na dobór odpowiedniego zaplecza eventowego (media serwerów), tak aby przygotowane grafiki wyświetlały się w sposób płynny, oddając ich wysoką jakość.

TECHNICZNE SPOJRZENIE NA ORGANIZATORÓW TARGÓW

Mówiąc o technice podczas targów, często zapominamy o samych organizatorach, którzy również muszą

”

Projektując stoisko targowe, może się wydawać, że wszystko już było, bo przecież technologie aż tak się nie zmieniają. Nic bardziej mylnego. Dzięki połączeniu techniki, kreatywności i wiedzy ciągle można tworzyć wyjątkowe instalacje targowe, opierając się na dobrze znanych rozwiązaniach. Skąd czerpać inspiracje? Obecnie najczęściej sięgamy po zasoby internetu, w którym bez trudu znaleźć można ciekawe pomysły.

zadbać o prawidłową obsługę techniczną wydarzenia. Obecnie targi to nie tylko strefa wystawców, ale i bogaty program wydarzeń towarzyszących: konferencji, szkoleń oraz uroczystych spotkań i eventów wieczornych, które wymagają określonej oprawy multimedialnej i oświetleniowej. Podstawową funkcją, jaką musi zapewnić organizator wszystkim uczestnikom wydarzenia, jest łatwy dostęp do informacji. Nowością na rynku eventowym jest elektroniczny odpowiednik rollupów – irollup LED, który dzięki swojej

mobilności pozwala na szybki montaż i edycję treści. Irollup dla organizatorów jest świetną alternatywą dla dobrze znanych monitorów, które przez swój kształt gorzej sprawdzają się w targowych ciągach komunikacyjnych.

Na zakończenie? Należy pamiętać, że targi i stoisko targowe to przede wszystkim miejsce spotkań biznesowych, a cała aranżacja jest ważnym, ale jednak ciągle tłem, które ma wspierać działania handlowe, a nie je ograniczać bądź co gorsze uniemożliwiać. ■



DOMINIKA BORAWSKA //
 production director VES sp. z o.o.

Dyrektor w spółce specjalizującej się w technice eventowej. Sama od lat związana z branżą. W firmie odpowiada m.in. za nadzorowanie całego procesu produkcji eventów powierzonych spółce tak, aby zmaksymalizować jego efektywność oraz zoptymalizować współpracę między działami koordynacji i handlu, jak również za produkcję złożonych technologicznie projektów i budowanie relacji z kluczowymi klientami spółki.

ves.