



Vystavovať – áno či nie?

Posledným podujatím tohtoročnej veľtržnej sezóny, kde sa mali možnosť prezentovať aj firmy z oblasti automatizácie, bol na Slovensku veľtrh ELO SYS v Trenčíne. Využili sme príležitosť a priamo v stánkoch niekoľkých firiem sme vyspovedali ich zástupcov. Ústrednou témou rozhovorov boli veľtrhy, ich zmysel, význam a prínos. V mnohom si boli odpovede podobné, našli sa však aj diametrálne odlišné názory. V tomto článku vám prinášame sumár týchto rozhovorov.

Kateřina Slanská

(marketingová špecialistka pre strednú a východnú Európu, Rockwell Automation, s. r. o.)

Aké boli dôvody vašej premiérovej účasti na veľtrhu ELO SYS?
Hlavným dôvodom bolo určite povedomie o našej spoločnosti, ktoré by sme na slovenskom trhu chceli zlepšiť. Pred tým, než sme sa vôbec rozhodli zúčastniť sa na nejakom veľtrhu na Slovensku, sme si nechali vypracovať prieskum aj s odporúčaniami, ktoré podujatie je pre nás najvhodnejšie. Po starostlivom vyhodnotení odporúčaní sme sa nakoniec rozhodli pre ELOSYS v Trenčíne, a to predovšetkým z hľadiska zamerania veľtrhu a jeho rozvoja v posledných rokoch. Samotný veľtrh ma príjemne prekvapil, pretože ho navštevuje veľký počet zákazníkov a odborníkov z našej oblasti, a myslím si, že bol dobrá voľba.

Veľtrhy na Slovensku majú dlhoročnú tradíciu. Prečo prišiel vstup vašej spoločnosti až teraz?

Dôvody sú skôr historické. Marketing v našej spoločnosti doteraz prakticky neexistoval a k jeho zrodu vlastne došlo len minulý rok. Odvtedy sme monitorovali možnosti účasti na veľtrhoch a výstavách s tým, že sme mnohé z nich v Čechách aj na Slovensku osobne navštívili, aby sme si vytvorili prehľad.

Vedeli by ste zhodnotiť prínos vašej účasti na veľtrhu?

Hlavným prínosom je jednoznačne zviditeľnenie našej spoločnosti. Takúto prezentáciu vnímame ako vhodný spôsob zvýšenia popularity. Samozrejme, treba spomenúť aj osobný styk so zákazníkom, ktorý je vlastne nedoceneniteľný.

Ako ste spokojní so zložením návštevníkov vášho stánku?

Väčšina ľudí, ktorí sa u nás zastavila, patrí do kategórie súčasných zákazníkov, ktorí nás dobre poznajú a vedeli, že na veľtrhu budeme vystavovať. Pozitívne hodnotíme aj to, že väčšinou prišli aj s kolegami, ktorí v podnikoch pracujú na iných oddeleniach, čo má význam najmä pre našich obchodníkov. Približne 10 až 20 % návštevníkov tvorili úplne noví potenciálni klienti. Tí sa pýtali na konkrétne riešenia a technické možnosti produktov z nášho portfólia.

Pohrávate sa s myšlienkou zúčastniť sa na nejakom slovenskom veľtrhu aj budúci rok?

Bude záležať na zhodnotení po veľtrhu, posúdení získaných kontaktov, ale v tomto momente by som odhadla našu budúcoročnú účasť na 80 % a s veľkou pravdepodobnosťou opäť na ELO SYS-e.

Ing. Peter Lachovič

(konateľ, Fenix SK, s. r. o.)

Za aký silný nástroj považujete v dnešných časoch rôznych možností prezentácie firmy jej účasť na veľtrhoch?

V mojich podnikateľských začiatkoch mala účasť na veľtrhoch veľký význam a bola nesmierne užitočná, pretože firmu takmer nikto nepoznal a toto bola vítaná príležitosť zviditeľniť sa. Získali sme prvé kontakty. S pribúdajúcim časom sa mi však zdá, že návštevnosť veľtrhov upadá. Od účasti upúšťajú aj veľkí hráči z našej oblasti a uprednostňujú iné formy prezentácie.

Na druhej strane veľtrh nahrádza priamy kontakt so zákazníkmi, ak niet času navštevovať ich v priebehu roka v ich sídle. Čas strávený na veľtrhu alebo výstave sa teda využije na vzájomné stretávanie sa. Tak, ako každá minca, aj táto má teda dve strany. Vo všeobecnosti sa však dá povedať, že výstavy a veľtrhy nezažívajú nejaký rozkvet. Skôr mám opačný dojem. Ako vzorový príklad by som uviedol Invex v Brne, veľtrh zameraný na informačné technológie, ktorý podľa môjho názoru očividne upadá. Organizácia tohto typu podujatia je v dôsledku rýchlych inovačných cyklov nezaujímavá.

Ako ste spokojní so zložením návštevníkov vášho stánku?

Zriedkakedy sa v radoch návštevníkov na veľtrhoch objavia zástupcovia vrcholového manažmentu spoločností, ktorí rozhodujú o investíciách. Väčšinou sú to technici, pracovníci údržby a projekcie, ktorí sú predovšetkým zvedaví na inovácie a trendy vo svojej oblasti. Na tohtoročnom ELOSYS-e evidujem pomerne solídnu návštevnosť. Čo sa týka kvality, veľtrhy a výstavy už v súčasnosti nie sú zamerané na uzatváranie kontraktov, minimálne nie v našej oblasti podnikania, ktorá je za-



Kateřina Slanská



Peter Lachovič



Ľuboš Hodál



Igor Švorc



Július Radič



Marek Mašláni



Katarína Šperková

meraná na predaj produktov. Význam týchto podujatí spočíva – z môjho pohľadu – v nadviazaní nových kontaktov a v pestovaní vzťahov so súčasnými zákazníkmi. Triviálne povedané: aby sme si nezišli z očí.

Badáte v priebehu rokov nejakú zmenu v zložení návštevníkov, prípadne vo vývoji samotného veľtrhu?

Medzi návštevníkmi som žiadnu zmenu nezaregistroval, v zásade chodia stále tí istí. Akurát že si pamätám časy, že sa v hojnom počte zastavovali počas všetkých dní trvania veľtrhu, v súčasnosti to platí iba pre dva dni – stred a štvrtok. Čiastočne je to pochopiteľné, pretože dnes sa už všetky informácie uverejňujú na internete, čo mnohým stačí a nepocitujú potrebu navštíviť výstavu. Čo sa samotného veľtrhu týka, viem si veru predstaviť väčší progres za celé tie roky, čo sa koná. Asi najviac mi prekáža to, že za 13 rokov existencie sa nepostavila ani jedna seriózna murovaná hala.

Ing. Ľuboš Hodál

(Festo, spol. s r. o.)

Aké boli dôvody vašej premiérovej účasti na veľtrhu ELO SYS?

My sme firma známa predovšetkým výrobou pneumatických komponentov. Vývoj však napreduje a už niekoľko rokov sa v našom portfóliu vyskytujú aj elektrické komponenty, ktorých sortiment sa neustále rozširuje. Škála je natoľko bohatá, že sme schopní sa nimi prezentovať aj na výstave. Zákazníkom teda chceme ponúknuť okrem osvedčených a dobre známych pneumatických riešení aj elektrické a veľtrh tohto charakteru považujeme za vhodnú príležitosť zviditeľniť sa. Naša expozícia je aj koncipovaná v tomto duchu a na vystavených paneloch nájdú návštevníci iba elektrické komponenty. S elektrickými produktmi sme si už získali dôveru u našich stálych klientov a presvedčiť nových by nám mala pomôcť práve prezentácia na takomto veľtrhu.

Za aký silný nástroj považujete v dnešných časoch rôznych možnostiach prezentácie firmy jej účasť na veľtrhoch? Vnímáte to skôr ako povinnosť a nutnosť ukázať sa ľuďom na očiach?

Nemyslím si, že to je nutnosť. Máme striktné určené, ako sa zákazníkom na výstavách venovať a čo od nich získať. Preto sa zúčastňujeme aj na tomto veľtrhu, kde chceme v prvom rade nazbierať dostatok relevantných kontaktov. Po veľtrhu ich vyhodnotíme a budeme sa im venovať oveľa intenzívnejšie. Na strojárskom veľtrhu v Nitre sme si pravidelnou účasťou vybudovali tradíciu, vďaka ktorej nás chodia navštevovať naši stáli zákazníci. Tam je reálna možnosť podpísať kontrakt na dodávku riešení, pretože na tento veľtrh chodia aj riaditelia firiem, resp. zástupcovia manažmentu s právomocami podpisu objednávok.

Ste spokojní so zložením vašich návštevníkov?

Príprave na veľtrh sme sa starostlivo venovali. Každý obchodný zástupca dostal za úlohu spísať zoznam tých svojich zákazníkov, ktorí majú pre nás význam z hľadiska návštevy na veľtrhu. Tých sme následne oslovili s ponukou návštevy v našom stánku. So zložením návštevníkov som preto spokojný. Približne 10 % z nich je úplne nových, čo je pre mňa takisto zaujímavé.

Ako by ste zhodnotili svoju účasť na tomto veľtrhu?

Myslím si, že bola úspešná a prínosná. Trúfam si na 99 % povedať, že sa na ňom zúčastníme aj v budúcom roku. Expozícia bude vyzeráť inak,

prezentovať budeme novinky zo svetových veľtrhov, ktoré budú figurovať v našom sortimente aj pre slovenský trh.

Ing. Igor Švorc

(riaditeľ, PPA Servis, s. r. o.)

Na veľtrhu ELO SYS sa zúčastňujete so železnou pravidelnosťou. V čom vidíte prínos takejto prezentácie?

Jedným z cieľov je nestratiť sa z povedomia zákazníkov a vyslať jasný signál, že sme stále tu a sme schopní plniť ich predstavy a požiadavky. Ide teda o čistú prezentáciu, resp. o určitý spôsob reklamy, ale nejaký konkrétny komerčný cieľ, napr. podpis zmluvy, sa z nášho pohľadu sotva dá dosiahnuť účasťou na veľtrhu. Zhodnotil by som to tak, že účasť sa považuje za štandard a neúčasť môže vyvolať určité dohady.

Aké je zloženie návštevníkov, čo sa vám zastavia pri stánku? Dá sa povedať, že väčšinou sú to starí známi?

Gros návštevníkov tvoria známe tváre z radov stálych zákazníkov a obchodných partnerov. Občas sa zastavia zástupcovia spoločností, s ktorými nespolupracujeme, ale to je skutočne nepatrný podiel.

Akým silným nástrojom prezentácie je podľa vás účasť na veľtrhoch?

Závisí to aj od typu veľtrhu. Okrem strojárkeho veľtrhu v Nitre a ELO SYS-u sme sa v nedávnej minulosti zúčastňovali napr. aj podujatia AQUA, medzinárodnej výstavy vodného hospodárstva, hydroenergetiky, ochrany životného prostredia, komunálnej techniky a rozvoja miest a obcí tu v Trenčíne. Bol som jedným zo zodpovedných ľudí, ktorí mali na starosti všetky podstatné aktivity spojené s našou účasťou na výstave AQUA. V našom stánku sa zastavovali vyslovene len ľudia, ktorých sme priamo oslovili, resp. ktorým sme poslali avízo o našej účasti. Ponúkali sme pritom aj riešenia pre komunálnu sféru. Očakával som teda, že sa u nás zastaví povedzme aj nejaký starosta, ktorého upúta napríklad technológia na čistenie odpadových vôd, čo sa nestalo. Pri rozhovoroch s odborníkmi z oblasti vodárenstva jednoznačne prevažoval názor, že každoročné organizovanie takejto výstavy je úplne zbytočné, pretože technológie v tomto odvetví sa vyvíjajú pomalšie. Výstavu tohto druhu preto vnímali skôr ako príležitosť na spoločenské stretnutie.

Plánujete sa zúčastniť aj v budúcom roku?

To je otázka. Napríklad zo strojárkeho veľtrhu v Nitre sme odišli už dávnejšie, pretože nám neprinášal želaný efekt. V priebehu roka radšej zorganizujeme jedno-dve odborné-spoločenské podujatia pre obchodných partnerov a považujeme to za oveľa väčší prínos ako expozíciu v Nitre. Každý rok sa na úrovni celej akciovej spoločnosti uskutočňuje vyhodnocovanie prezentačných akcií vrátane účasti na výstavách a pokojne sa môže stať, že aktivity v rámci výstav úplne vypustíme.

Ing. Július Radič

(obchodný a ekonomický manažér a konateľ, NES Nová Dubnica, s. r. o.)

Za aký silný nástroj považujete v dnešných časoch rôznych možnostiach prezentácie firmy jej účasť na veľtrhoch?

Na slovenské pomery je to dôležitý nástroj prezentácie, v zahraničí už trochu stráca na svojom význame. Konkrétne na ELOSYS-e to po-



tvrdzuje naša návštevnosť, ktorá z roka na rok stúpa. V protiklade k tomu je strojársky veľtrh v Nitre, kde nám naopak návštevnosť klesá. Zrejme je to dané aj vývojom odvetví. Strojárstvo zaznamenáva útlm, elektrotechnika rozkvet. Trh výrazne ovplyvňuje internet, ale aj tak zastávam názor, že osobné stretnutia sú nenahraditeľné. K uzatváraniu kontraktov na veľtrhoch však už dlho nedochádza. Skôr sa hľadajú možnosti uplatnenia produktov v priemysle a prezentujú sa novinky.

Akí návštevníci sa zastavujú pri vašom stánku?

Väčšinou sú to technici, ale aj predstavitelia manažmentov firiem. Približne tretina návštevníkov je úplne nových. Väčšinou ide o ľudí, ktorí majú konkrétny technický problém a prišli ho prekonzultovať. Odhadom 30 % kontaktov z tejto tretiny sa neskôr vyvinie do spolupráce, ktorá nám môže priniesť konkrétne kvantitatívne výsledky aj o pol roka či o dva roky, v závislosti od zložitosti projektu.

Reprezentujete spoločnosť, ktorá sa zúčastňuje svetovo známych európskych veľtrhov. Aký je rozdiel vo vystavovaní v zahraničí a na Slovensku?

Kvalita služieb na zahraničných veľtrhoch je neporovnateľne vyššia. Na tohtoročnom Hannover Messe, kde sme vystavovali, sme mali v stánku mimoriadne zaujímavé návštevy. Zastavil sa u nás manažment spoločnosti Continental so zámerom strategického nákupu našich produktov. Bez toho veľtrhu by sa nám vstup na nemecký trh určite nepodaril. Paradoxom však je, že nemecké firmy rovnakého zamerania, ako sme my, Hannover Messe prakticky ignorujú a nepovažujú tento typ prezentácie za dôležitý.

Ing. Marek Mašláni

(vedúci organizačnej zložky, B + R automatizácie, s. r. o.)

Na strojárskom veľtrhu v Nitre patríte medzi etablovaných vystavovateľov. Aké boli hlavné dôvody vašej premiérovej účasti na veľtrhu ELO SYS?

Hlavným dôvodom, ktorý treba hľadať za našou účasťou na veľtrhu ELO SYS, je rast našej spoločnosti na slovenskom trhu. Stali sme sa významným dodávateľom automatizačných riešení a preto sme sa rozhodli začať navštevovať tento významný veľtrh elektrotechniky a elektroniky.

Vedeli by ste zhodnotiť prínos vašej premiérovej účasti na veľtrhu? Splnila vaše očakávania? Plánujete sa zúčastniť aj v budúcom roku?

Začnem od konca. Plánujeme sa zúčastniť aj v budúcom roku, pretože nám to umožní zviditeľniť našu spoločnosť na trhu. Podľa krátkoého zhodnotenia sa mi zdá, že sme sa stretli so zákazníkmi, potenciálnymi partnermi, ale najmä sme mali príležitosť získať a nadviazať nové kontakty, a v tom zas vidím hlavný prínos tohto veľtrhu.

Ako ste spokojní so zložením návštevníkov vášho stánku?

Ja si myslím, že zloženie návštevníkov je dané samotným zameraním výstavy. Rozhovory v oblasti automatizácie a konzultácie na tému riešení B & R sme viedli so zástupcami strojárskych podnikov, aplikačných firiem, výskumných ústavov a značnou účasťou bola aj na našom stánku zastúpená akademická obec od profesorov až po študentov. Takže z našej strany je tu spokojnosť.

Za aký silný nástroj považujete v dnešných časoch rôznych možností prezentácie firmy jej účasť na veľtrhoch? Vnímate to skôr ako povinnosť a nutnosť ukázať sa ľuďom na očiach?

Účasť na veľtrhu nie je povinná. Každý musí zvážiť ďalšie plány spoločnosti a rozhodnúť sa v tomto smere. Ja osobne našu účasť považujem za významný nástroj budovania značky B & R na Slovensku a dúfam, že ELOSYS bude určitým typom silného motora pre našu ďalšiu prácu.

Reprezentujete spoločnosť, ktorá sa zúčastňuje svetovo známych európskych veľtrhov. Vedeli by ste porovnať, akým smerom sa uberajú veľtrhy v zahraničí a na Slovensku? V čom sú najväčšie rozdiely, resp. čo majú spoločné?

To je téma, ktorej by sa dalo venovať dlhšie. Spoločnou vecou pre významné európske a slovenské veľtrhy je určite prezentácia firmy, prítomnosť na trhu, stretnutie s partnermi a získanie nových kontaktov.

Tie rozdiely teraz narýchlo vnímam z dvoch strán. Prvý rozdiel zhrniem do jedného bodu: aktívna účasť vystavovateľov na výstave. Na veľkých európskych trhoch, myslím si, nie je možné, aby sa návštevník zastavil pri stánku firmy, ba niekedy aj priamo v ňom, a nikto ho neoslovil. Ide o určitú „dravosť“ trhu spojenú s vedomím, že za každým návštevníkom sa môže skrývať budúci partner. Tu sa vo veľkej miere prejavuje záujem a snaha vystavovateľov. Druhý rozdiel vnímam ako vyspelosť výstavísk a výstavnej plochy ako celku – počnúc snahou organizátorov odprezentovať daný veľtrh a tým tiež pomôcť pritiahnúť čo najväčší počet návštevníkov a končiac kvalitou parkovania a ostatných služieb. Verím, že s rozvojom ekonomiky sa oba tieto rozdiely budú zmenšovať. Ukážkou riešenia obidvoch bodov je určite napríklad SPS/IPC/Drives v Norimbergu.

Mgr. Katarína Šperková

(marketingová manažérka, Vonsch, s. r. o.)

Za aký silný nástroj považujete v dnešných časoch rôznych možností prezentácie firmy jej účasť na veľtrhoch?

Veľtrh je ako nástroj prezentácie čím ďalej tým menej efektívny. Osobne si myslím, že účasť na jednom veľtrhu v rámci slovenského územia bohato postačuje. Veľtrh v súčasných pomeroch nemá v podstate pre nás nejaký obchodný efekt, ale slúži iba na upevnenie imidžu na trhu a uchovanie povedomia o existencii firmy. Zaradila by som ho medzi PR aktivity. Z ponuky veľtrhov na Slovensku si teda treba vybrať len jeden a ušetrené peniaze z neúčasti na ostatných výstavách využiť na organizáciu vlastných odborných-spoločenských podujatí pre zákazníkov a partnerov.

V čom spočíva prínos účasti na veľtrhu?

Z nášho pohľadu je prínos v prípravných aktivitách na veľtrh. Zákazníkom a partnerom posielame pozvánky na návštevu nášho stánku, čo je minimálne indikátorom toho, že firma je stále životaschopná. Navyše pozvánka plná informácií je výborná príležitosť, ako sa zákazníkovi pripomenúť bez vtieravosti.

Badáte v priebehu rokov nejakú zmenu vo vývoji veľtrhu ELO SYS, resp. vašej expozície?

Značné výhrydy by som mohla mať k organizátorom veľtrhu. Necítim žiadny posun vpred z hľadiska technického vybavenia, personálu a prídatných služieb. Čo sa týka našej expozície, snažíme sa každý rok o nejakú inováciu, ktorou chceme na veľtrhu zaujať. Tento rok sme prišli s rekuperačným meničom frekvencie vyvinutým v spolupráci s katedrou automatizácie a regulácie na FEI STU v Bratislave, ktorý napokon získal ocenenie veľtrhu Unikát roka. Propagácia týchto ocenení je však priamo na veľtrhu slabá. Doslova opustíte priestory stánku a niet prakticky šance dozvedieť sa, kto toto ocenenie získal.

Ako ste spokojní so zložením návštevníkov vášho stánku?

Máme stabilných návštevníkov, ako aj nových, predovšetkým technicky zameraných. Z menších firiem sa často zastavia aj majitelia, inak sú to technici údržby, resp. oddelení merania a regulácie. Na druhej strane je citelný nárast počtu študentov.

Z akých dôvodov sa návštevníci zastavujú pri vašom stánku?

Často chcú prekonzultovať nejaký technický problém. Väčšinou ide o našich zákazníkov a my im, samozrejme, veľmi radi poradíme.

Plánujete sa zúčastniť aj v budúcom roku na nejakých veľtrhoch?

Ako som spomínala, treba si vybrať jeden, na ktorom sa bude vystavovať. Vzhľadom na nemalé finančné prostriedky spojené s vystavovaním niet inej možnosti. Ak má však spoločnosť peniaze, pokojne môže premýšľať aj nad účasťou na viacerých výstavách. Nie je to samozrejme aktivita, ktorá by nepriaznivo pôsobila na renomé firmy. V každom prípade sú aj efektívnejšie spôsoby prezentácie spoločnosti.

Branislav Bložon