

Autosalon / Autoserwis 2010

Nowe szanse



ORGANIZATORZY JESIENNYCH TARGÓW MOTORYZACYJNYCH AUTOSERWIS/AUTOSALON W KATOWICACH KONSEKWENTNIE POSZUKUJĄ NOWEJ FORMUŁY DLA TEGO RODZAJU LOKALNEJ IMPREZY I SĄ JUŻ NA TEJ DRODZE CORAZ BLIŻSI SUKCESU

Wiadomo już od dość dawna, że nie mają obecnie szans powodzenia lokalne targowe imprezy, tworzone w zminiaturyzowanej skali na obraz i podobieństwo tych największych i najbardziej renomowanych, których większość też przeżywa obecnie poważne kłopoty. Dlatego każdy z podstawowych warunków targowej pomyslności (publiczność, wystawcy i obiekty ekspozycyjne) trzeba przeanalizować i zdefiniować na nowo. Tak więc za główny pożytek z tegorocznej edycji katowickich targów (8-10 października br.) uznać można fakt, że w jej trakcie uwidoczniły się wyraźniej niż dotychczas stojące przed nią szanse i zagrożenia.

Dla kogo to wszystko?

Spośród wymienionych ogólnych przesłanek sukcesu najstabilniej tym razem wypadła ta najważniejsza, czyli publiczność. Od niej bowiem zależy zadowolenie wystawców i ich chęć ponownego uczestnic-

stwa w imprezie, a to z kolei decyduje o pozyskiwaniu przez organizatorów środków finansowych na utrzymanie i modernizację obiektów, a także na biznesowy rozwój prowadzonej w nich działalności.

Mimo sprzyjającej pogody i całkiem atrakcyjnej prezentacji firmowych ofert zwiedzających w trzech kolejnych dniach ekspozycji było stosunkowo niewiele.

Można się temu dziwić, zwłaszcza w zestawieniu z powszechnym przekonaniem, iż „region Górnego Śląska jest jednym z największych polskich rynków konsumenckich i zagłębiem motoryzacyjnych usług”. Trudno jednak winić rzeczywistość za ewidentną nieskuteczność marketingowych haseł. Rozważania na temat, czym jest i być powinien ów górnośląski region, trzeba sobie bez żalu darować, bo nie od tego zależy przecież geograficzny zasięg, w którym merytoryczna atrakcyjność imprezy jest w stanie zrównoważyć kłopoty i koszty związane z dojazdem. Poza tym

jakiegokolwiek targi zwiędza się raczej z powodu określonych oczekiwań, a nie ich bliskiego sąsiedztwa.

Z naszych targowych kontaktów i obserwacji wynika, że publiczność na tej imprezie tworzą w sumie trzy odrębne grupy: nauczyciele i młodzież ze szkół samochodowych (przybywający najliczniej w piątkowe popołudnie), motoryzacyjni profesjonalści (preferujący niedzielę) i ludzie zainteresowani motoryzacją jako jej entuzjaści lub po prostu użytkownicy.

Oczekiwania i oferty

Żaden racjonalnie myślący przedsiębiorca z motoryzacyjnej branży nie unika kontaktów z uczniami kształcącymi się w motoryzacyjnych zawodach. Wie, że jeszcze dzisiaj nie interesują ich ceny ani warunki zakupu określonych produktów, ale jest w stanie zademonstrować im różne inne profesjonalne atrakcje, by oferowane przez niego marki zostały zapamiętane życzliwie i na długo. Musi być jednak przygotowany na takie spotkanie, a umówienie ze sobą obu zainteresowanych stron i jeszcze odpowiednie zsynchronizowanie tego z lubianymi przez młodzież rozrywkami plenerowymi (np. driftu, pokazy jazdy terenowych, prezentacje pojazdów tuningowanych, zawody gokartów i motocykli) to wdzięczne zadanie dla organizatorów.

Podobnie sprawa ma się z motoryzacyjnymi profesjonalistami, lecz dla nich najbardziej atrakcyjne okazują się prezentacje narzędzi i systemów naprawczych w tym zakresie konkursy zawodowych umiejętności. Świadczy o tym choćby wielkie powodzenie, z jakim spotkał się tym razem u targowej publiczności wielki finał turnieju blacharskiego o nagrodę „Złotego Herkulesa”, organizowanego przez bydgoską firmę Herkules pod patronatem portalu *mamwarsztat.pl*. Jego zwycięzcy: Marcin Groń z Nowego Targu, Piotr Duchyński z Bytomia i Michał Widera z Bytomia – zdobyli cenne, pożyteczne w ich warsztatach nagrody rzeczowe. Licznie zgromadzeni obserwatorzy mieli zaś sporo emocjonującej i pouczającej zabawy.

Tego rodzaju wydarzenia są w stanie przyciągać nie tylko widzów już na targach obecnych, lecz także i tych, którym potrzeba dodatkowej zachęty do odwiedzenia

imprezy. To jednak też wymaga odpowiednich przygotowań. Tę samą funkcję pełnić mogą towarzyszące ekspozycji profesjonalne prelekcje, prezentacje i seminaria. Ich tematyka i sposób prowadzenia były w tym roku bardzo atrakcyjne, ale nawet na najciekawszych, naszym zdaniem, zajęciach poświęconych stuletniemu dorobkowi firmy Hella frekwencja była dość umiarkowana i raczej przypadkowa. A przecież na coś takiego warto przyjechać nawet i z daleka, ale trzeba zawczasu o tym wiedzieć, a jeszcze lepiej dostać stosowne zaproszenie.

Salon to brzmi dumnie

Tytułowego Autosalonu tym razem w Katowicach nie było w ogóle, co mogło sprawić pewien zawód zwykłym motoryzacyjnym kibicom. Nikt się tu nie spodziewał uroczystych premier, ale nieobecność miejscowych dealerów była chyba obustronną stratą. Nie chodzi przecież o to, by pokazać samochody, które każdy może sobie obejrzeć i w Internecie, i na żywo, w gęstej już sieci salonów sprzedaży poszczególnych marek. Chodzi raczej o możliwość z jednej strony prezentacji, a z drugiej – porównywania konkretnych ofert sprzedaży z całą otoczką kredytów, leasingów, opcji wyposażenia i promocji związanych z kończącym się rokiem.

Pozytywny przykład dały pod tym względem małe i średnie lokalne firmy, zaopatrujące motoryzacyjne serwisy i warsztaty. Ich



FINAŁ I JEGO LAUREACI WRAZ Z BOGUSŁAWEM RAATZEM, SZEFEM FIRMY (Z LEWEJ)



BYŁY I WIELKIE STOISKA, LECZ LOKALNI WYSTAWCY TO PRZYSZŁOŚĆ LOKALNYCH TARGÓW



IMPREZY TOWARZYSZĄCE, CZYLI MOTOROZRYWKA NA DOSŁOWNIE WYSOKIM POZIOMIE

stosunkowo skromne stoiska cieszyły się nie mniejszym zainteresowaniem miejscowej klienteli niż okazały ekspozycje ogólnopolskich dystrybutorów podobnego asorty-

tu. Dzięki nim współczesne targi przestają być miejscami spotkań marzeń i wizji, a odzyskują stopniowo swój pierwotny, bezpośrednio handlowy charakter. ■

**Rozwinięcie prędkości od 0 do 100 km może zająć tylko kilka sekund.
Bez części marki Textar wyhamowanie ze 100 do 0 km może zabrać całe życie.**

TEXTAR

Nowoczesne pojazdy osiągają prędkość 100 km/h w kilka sekund, ale wykorzystując taką moc i zatrzymując pojazd przy tak dużej szybkości, potrzeba ogromnej siły hamowania. Dlatego Textar koncentruje się na rozwoju hamulców tarczowych od prawie wieku i czas ten uważamy za dobrze wykorzystany. Ponadto, każda nowa okładzina hamulcowa jest efektem ponad 36-miesięcznych badań i tysięcy godzin rygorystycznych testów, aby zapewnić wykonanie według najwyższych standardów. Dlatego hamując przy najwyższych prędkościach nie tracą ani sekundy. Montuj Textar!

Textar is a registered trademark of TMD Friction.

www.textar.com