

11 Targi Inter Cars SA

Teraźniejszość i przyszłość



SPÓRÓD CYKLICZNYCH SPOTKAŃ POLSKIEJ BRANŻY MOTORYZACYJNEJ TE SĄ NAJWIĘKSZE I WCIĄŻ SIĘ ROZWIJAJĄ POD WZGLĘDEM LICZBY WYSTAWCÓW I GOŚCI, ATRAKCYJNOŚCI IMPREZ TOWARZYSZĄCYCH I SAMEJ EKSPOZYCJI

Na Targach Części Zamiennych, Narzędzi i Wyposażenia Warsztatów każdy rok przynosi też jakieś koncepcyjne nowości. Niektóre z nich przyjmowały się natychmiast, z innymi trzeba było zainteresowanych stopniowo oswajać, by z czasem docenili ich trafność, a jeszcze zostały z czasem zaniechane. Tak było kiedyś z lokalizacją, konsekwentnie odległą od tradycyjnych targowych centrów, teraz wszelkie odstępstwa od tej zasady wydają się już wręcz niedopuszczalne.

Wyważone proporcje

Stoiska w namiotowych pawilonach pojawiły się jeszcze w Czosnowie i początkowo były traktowane jak swego rodzaju

prowizorka, trochę nawet uciążliwa przy słonecznej pogodzie. Potem, na lotnisku w Modlinie, stały się rozwiązaniem już całkiem normalnym. Obecnie na warszawskim lotnisku Bemowo, trochę za sprawą techniki, a trochę z przywiązania do już ugruntowanej tradycji, robiły wrażenie bardziej komfortowych niż jakiegokolwiek inne.

Kilka lat trwały doświadczenia z ustaleniem optymalnych proporcji między ofertą profesjonalno-handlową a rozrywkowo-rekreacyjną. To narzekali wystawcy na nadmiar dodatkowych atrakcji, odciągających uwagę publiczności od firmowych stoisk, a to zwiedzającym targowy dzień zaczynał się monotonię dłużyć. W tym

roku już prawie idealnie udało się organizatorom trafić w ów wymarzony złoty środek, skutkujący niemal stabilną frekwencją we wszystkich targowych strefach, z gastronomiczną włącznie.

Dodatkowy dzień

W odróżnieniu od poprzednich, dwudniowych edycji tej corocznej imprezy, ostatnia trwała dłużej o jeden dzień, nazwany umownie prasowym. To chyba najłatwiej zauważalna z wprowadzonych tym razem innowacji. Opinie uczestników były podzielone. Narzekali niektórzy wystawcy, że to dla nich czas pusty, a jednak zmuszający do utrzymywania stałej gotowości. Pomysł niewątpliwie spodobał się przedstawicielom mediów zainteresowanych motoryzacyjną techniką, gdyż dawał im pełną swobodę w pozyskiwaniu potrzebnych informacji. W zwykłych dniach targowych dziennikarze odwiedzający stoiska muszą się tam godzić ze statusem gości drugorzędnych względem potencjalnych klientów.

Powody do zadowolenia mieli też gospodarze, czyli zarząd Inter Cars SA. Mogli bowiem w atmosferze wolnej od normalnego skądinąd, targowego zgietku przeprowadzić bardzo udaną konferencję prasową i poinformować zebranych szczegółowo o swych dokonaniach, problemach i planach oraz o ogólnej sytuacji rynkowej w kraju i na świecie, a także zaprezentować mało znane, choć niebanalne sponsorskie i charytatywne działania spółki.

Zadowoleni byli też z pewnością organizatorzy prasowej prezentacji Castrola. Oleje, nawet najlepsze, nie należą do produktów szczególnie widowiskowych, a opowiadać o nich też nie sposób zbyt długo. Dlatego na plenerowym stoisku tej marki oleje były jedynie tłem dla bardzo ciekawych postaci sportowców różnych dyscyplin i ludzi techniki opowiadających barwnie o swej współpracy z olejowym potentatem.

FOT. ARCHIWUM

FOT. ARCHIWUM

Czy to znaczy, że za cenę medialnych sukcesów niektórych firm pozostali wystawcy muszą się przez długi dzień nudzić? Chyba nie, lecz pod warunkiem, że sami wykorzystają tę liczną obecność dziennikarzy, kamer i mikrofonów, by zaprezentować coś ciekawego czytelnikom, internautom, słuchaczom i widzom na targach nieobecnych. Taka targowo-medialna aktywność nie jest już niczym nowym na europejskich i światowych targach motoryzacyjnych. Inter Cars próbuje stworzyć takie możliwości nie tylko największym współpracującym z nim firmom.

Powszedni weekend

Uroczyste otwarcie 11. Targów nastąpiło dopiero w sobotni poranek, gdy autobusy przywoziły całą rzeszę motoryzacyjnych warsztatowców ze wszystkich regionów kraju. Ściągnęli też licznie, indywidualnym transportem ich koledzy z Warszawy i okolic. Zaludniły się pawilony i targowe plenery. Tak samo wyglądało to w niedzielę, z tą tylko różnicą, że nie było już ponownego otwarcia ani końcowego zamknięcia. Profesjonalne zainteresowania publiczności wypada ocenić z najwyższym uznaniem.

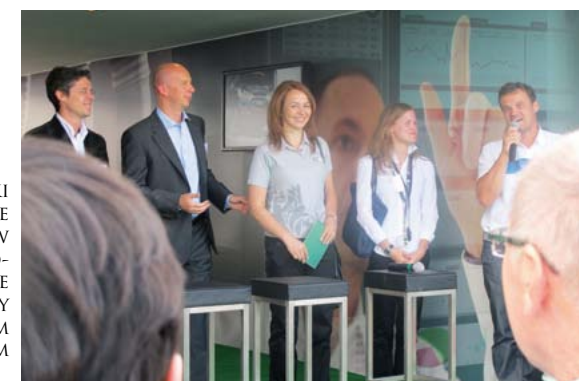
Przyzwycailiśmy się już do tego, iż stoiska takich dostawców Inter Carsu, jak: Bosch, Delphi, Hella, Schaeffler, TRW, ZF – to już niemal „targi w targach”. Wrażenie to wywołuje nie tylko różnorodność prezentowanej oferty i liczebność stoiskowego personelu, lecz także imponująca oprawa plastyczna i rozmaite atrakcje dodatkowe w postaci pokazów, konkursów i poczęstunków towarzyszących merytorycznym rozmowom. Ów światowy styl światowych firm znajduje coraz liczniejszych naśladowców, także wśród polskich producentów.

Krzywdzący jednak dla wystawców i gości byłby pogląd, iż to decyduje o frekwencji tych ostatnich na targowych stoiskach. To nie jest publiczność przypadkowa, lecz profesjonalści zainteresowani uzyskaniem dodatkowej wiedzy na temat konkretnych produktów od kompetentnych ekspertów. Atrakcyjna oprawa takiej wymianie informacji nie przeszkadza, lecz także niewiele by pomogła, gdyby ekspozycje renomowanych firm nie dostarczały potencjalnym klientom merytorycznych

Z LEWEJ: PREZES ZARZĄDU, ROBERT KIERZEK, UROCZYŚCIE OTWIERA 11. TARGI IC. Z PRAWY I OD PRAWY: NA KONFERENCJI PRASOWEJ INTER CARS SA KRZYSZTOF OLEKSO-WICZ, ZAŁOŻYCIEL FIRMY, I ZAJMUJĄCA SIĘ W NIEJ SPRAWAMI PR JOANNA KRÓL - PRZEDSTAWIAJĄ DZIENNIKARZOM SWEGO PODOPIECZNEGO, BARTKA OSTAŁOWSKIEGO, NIEPEŁNOSPRAWNEGO SPOTOWCA, I JEJGO DZIEWCZYNĘ



OLEJE MARKI CASTROL BYŁY JEDYNIEM DLA SPORTOWCÓW I LUDZI TECHNIKI OPOWIADAJĄCYCH CIEKAWIE O SWEJ WSPÓŁPRACY Z OLEJOWYM POTENTATEM



WYSTAWCY PRZY-POMINALI TARGOWEJ PUBLICZNOŚCI O SWYCH OFERTACH NIE TYLKO NA FIRMOWYCH STOISKACH



NAJWIĘKSZE ZAINTERESOWANIE BUDZIŁY INTERAKTYWNE POKAZY I PREZENTACJE TECHNICZNYCH NOWOŚCI



pożytków. Były i takie przykłady, a także odwrotnie: zdarzały się kolejki zwiedzających do stosunkowo skromnie wyglądających stoisk. Najlepsze kontakty wystawców z publicznością obserwowano wszędzie tam, gdzie prowadzono instruk-

tażowe pokazy oraz spontaniczne, interaktywne prezentacje ofertowych nowości. Słabnie natomiast wyraźnie popularność standardowych szkoleń, odbywających się w konferencyjnych salach według ustalonych harmonogramów.