**ПЗ №6 «Разработка концепции участия компании в выставке»**

***Слайд 1:***

Google на Mobile World Congress 2025

***Слайд 2:***

Выбор выставки

Mobile World Congress (MWC Barcelona) является одной из крупнейших технологических выставок мира, специализирующейся на мобильной индустрии. Участвовать в MWC 2025 было бы наиболее подходящим выбором для Google по следующим причинам:

- Это ключевой форум для презентации инновационных технологий в области мобильной связи и интернета вещей.

- Выставка проводится ежегодно в Барселоне, что обеспечивает постоянную аудиторию и репутацию.

- Google уже имеет опыт участия в MWC и часто демонстрирует свои инновационные продукты здесь.

***Слайд 3:***

Информация о выставке

Название: Mobile World Congress Barcelona

Место проведения: Fira Gran Via, Барселона, Испания

Организатор: GSMA (Groupe Speciale Mobile Association)

Участники: более 100 тыс. посетителей из 200 стран мира

Количество экспонатов: около 2,400 компаний и организаций

Годовой рост аудитории: средний показатель составляет 15%

***Слайд 4:***

Необходимые экспонаты для стенда

Для эффективного представления продукта Google на MWC 2025 необходимо подготовить следующие экспонаты:

1. Рекламные материалы:

- Баннеры с логотипом Google и названием новой технологии

- Плакаты с ключевыми функциями и преимуществами продукта

Баннеры и плакаты с логотипом и названием технологии создают визуальный акцент и привлекают внимание посетителей еще издалека. Они помогают быстро зацепить интерес к продукту, а также донести ключевые особенности технологии, что особенно важно на крупной выставке, где внимание распределяется на множество стендов.

2. Образцы продукции:

- Прототипы новых устройств или компонентов

- Модели пользовательского интерфейса на больших экранах

Показ реальных образцов и интерфейсов позволяет посетителям увидеть инновации Google «вживую», а также получить практическое представление о функциях и преимуществах продукта.

3. Каталоги:

- Информационные брошюры о продукте и технологии

- Детальные технические спецификации

Печатные материалы и каталоги с техническими характеристиками позволяют заинтересованным посетителям получить исчерпывающую информацию и забрать её с собой для дальнейшего изучения. Каталоги не только закрепляют информацию о продукте, но и создают у посетителей положительное впечатление об уровне подготовки Google.

4. Сувениры:

- 3D-стикеры на чехол смартфона

- Книжки по истории и технологиям компании

Сувениры, такие как стикеры и книги по истории технологий Google, помогают сформировать положительный эмоциональный контакт с брендом и продлить впечатление от визита на стенд. Сувениры — важный элемент, который привлекает внимание и стимулирует интерес к более глубокому ознакомлению с продукцией.

5. Компьютерная техника:

- Высокопроизводительные компьютеры для демонстрации

- Настольные экраны с интерактивными демо-проектами

Высокопроизводительные компьютеры и интерактивные экраны позволяют проводить качественные демонстрации продуктов, визуализировать процессы и показывать особенности продуктов в режиме реального времени.

***Слайд 5:***

Планировка выставочного стенда

Площадь стенда: около 100 квадратных метров

Расположение: в центре главного павильона, рядом с другими ключевыми экспонентами

Схема планировки:

- Входная зона с информацией о компании и новом продукте

- Зона демонстраций с интерактивными экранами

- Зона презентаций и семинаров

- Зона для проведения переговоров с потенциальными партнерами

***Слайд 6:***

Схема планировки выставочного стенда представлена на слайде.

***Слайд 7:***

Форма оформления стенда

*Цветовое решение*: основной цвет - зелёный (цвет Google), акцентные цвета - белый и желтый

*Материалы*: В отделке стенда будут использоваться глянцевые и зеркальные поверхности, которые хорошо отражают свет и добавляют ощущение пространства и футуристичности. Также подойдут матовые элементы, которые смягчат общую композицию, создавая комфортные и визуально приятные зоны для демонстраций. В конструкции стенда могут использоваться стекло, металл, а также современные композитные материалы с LED-подсветкой, что подчеркивает современный стиль Google.

Сотрудники будут одеты в *униформу* Google, которая включает:

- Футболки с белым и желтым акцентами для тех, кто отвечает за демонстрацию интерактивных элементов, — это более удобный и расслабленный вариант для создания атмосферы открытого общения.

- Темные брюки или юбки для профессионального, но современного вида.

- Бейджи с крупным логотипом Google, именем и должностью, чтобы облегчить общение с посетителями и подчеркнуть доступность сотрудников для вопросов и консультаций.

Чтобы усилить впечатление от стенда, можно использовать:

- Интерактивные экраны — большие сенсорные панели, где можно будет просматривать видеоролики, запускать демо-приложения, а также листать информационные материалы о продуктах Google.

- Звуковое сопровождение — фоновая музыка будет поддерживать атмосферу инноваций, а также усиливать внимание к ключевым зонам.

Аудио-сопровождение для презентаций — периодические анонсы и короткие обзоры новых продуктов, которые будут транслироваться через колонки, помогут привлечь внимание посетителей к основным продуктам и технологическим решениям Google.

***Слайд 8:***

Digital-"фишки"

1. QR-коды: для быстрого доступа к информации о продукте

2. RFID-браслеты: для отслеживания посещений и интереса к продуктам

3. WiFi: бесплатный WiFi для всех посетителей

4. Bluetooth: для передачи специальных материалов или приложений

5. Фото-будка: для создания памятных фотографий с продуктом

6. Компьютер с загруженным промо-сайтом: для получения дополнительной информации

***Слайд 9:***

*Состав сотрудников*

Количество: около 100 человек

Состав:

- Директор Google по мобильным технологиям

- Менеджеры по продажам и маркетингу

- Специалисты по поддержке клиентов

- Представители различных продуктов Google (Android, Chrome OS, Google Maps)

*Пиар-мероприятия*

1. Пресс-конференция: для презентации ключевых новостей

2. Бесплатный семинар: "Инновации в мобильной технологии"

3. Социальная акция: сбор средств для образовательных программ в развивающихся странах

***Слайд 10:***

*Сценарий общения с посетителем*

1. Сотрудник приветствует посетителя и представляет себя.

2. Сотрудник задает уточняющий вопрос, чтобы определить интересы посетителя.

3. В зависимости от интересов, сотрудник предлагает короткое введение в соответствующий продукт или технологию.

4. Сотрудник приглашает посетителя к демонстрационному экрану или устройству и проводит интерактивную демонстрацию.

5. Сотрудник предлагает задать вопросы для детального обсуждения.

6. Сотрудник предлагает взять информационные материалы или брошюру.

7. Сотрудник предлагает заполнить анкету и оставляет контактные данные для последующих коммуникаций.

8. Сотрудник благодарит посетителя за интерес и приглашает к сотрудничеству.

*Анкетирование посетителей*

1. Чем вас заинтересовал стенд Google?

2. Какой продукт/технология вызвал у вас наибольший интерес?

3. Насколько эта технология может быть полезна для вашего бизнеса?

4. Оцените, насколько понятно была представлена информация о продуктах и технологиях Google.

5. Какие дополнительные функции или улучшения, на ваш взгляд, могли бы усилить интерес к продукту?

***Слайд 11:***

Рассылка приглашений

*Необходимость рассылки приглашений*: Рассылка приглашений посетить стенд Google на MWC 2025 необходима для привлечения целевой аудитории, создания значимого потока посетителей и усиления интереса к новым продуктам и технологиям компании.

*Адресаты приглашений:*

- Ключевые клиенты — существующие крупные корпоративные клиенты.

- Потенциальные клиенты — компании, представляющие целевые отрасли Google, которым могут быть полезны новые продукты компании.

- Представители СМИ и лидеры мнений — журналисты, блогеры и технологические обозреватели, которые смогут донести информацию до широкой аудитории и освещать новинки Google в своих публикациях.

*Бюджет для участия в выставке*

1. Аренда выставочного павильона

Площадь стенда: 100 кв. м.

Стоимость аренды: около €700 за квадратный метр.

Итого: 100 кв. м × €700 ≈ €70,000 (≈ $75,000)

2. Оформление и оборудование стенда

Оборудование и дизайн стенда: около €1,000 за кв. м, включая экраны, аудиотехнику и зоны для встреч.

Итого: 100 кв. м × €1,000 ≈ €100,000 (≈ $106,000)

3. Транспортные расходы

Перелёт команды из США: ориентировочно 40 человек для более компактного стенда.

Стоимость перелёта (20 эконом-класс + 20 бизнес-класс): около €45,000 (≈ $48,000)

Перевозка оборудования и материалов: около €20,000 (≈ $21,000)

4. Проживание для команды (40 человек)

Гостиница: около €250 в сутки.

Проживание на 5 дней: 40 человек × €250 × 5 ≈ €50,000 (≈ $53,000)

5. Расходы на питание и транспорт в городе

Питание: €60 в день на человека.

Местный транспорт: аренда минивэнов — около €10,000 (≈ $11,000).

Итого на питание и транспорт: (40 человек × €60 × 5 дней) + €10,000 ≈ €22,000 (≈ $23,000)

6. Зарплата и гонорары персонала на выставке

Временный персонал для стенда: около €30,000 (≈ $32,000).

7. Маркетинг и сувенирная продукция

Сувениры и печатные материалы: около €30,000 (≈ $32,000).

Цифровой маркетинг и продвижение: около €30,000 (≈ $32,000).

8. Пиар и PR-мероприятия

Организация семинаров и конференций: аренда оборудования и гонорары ведущих — около €40,000 (≈ $42,000).

Пресс-конференция и мероприятия для СМИ: около €15,000 (≈ $16,000).

9. Digital-инструменты и фишки

RFID-браслеты, QR-коды, Bluetooth-метки и пр. — около €20,000 (≈ $21,000).

10. Непредвиденные расходы

Резервный фонд на форс-мажоры (около 10% от бюджета): €55,000 (≈ $58,000).

Таким образом, для стенда площадью 100 кв. м примерный бюджет на участие составит около €527,000 или **$559,000**, включая все ключевые статьи расходов.