

БЛИЦОПРОС



Игорь Бонзик
Compass Hi-Fi

Да, выставка однозначно нужна, но хотелось бы видеть ее полноформатной, с участием всех заметных игроков, а не фрагментарной, из числа тех, кто нашел средства... И заботиться об этом должны прежде всего организаторы мероприятия.

Если мы хотим привлечь посетителей (собственно, своих потенциальных клиентов), то на выставке необходимо присутствие и Sony, и Panasonic, и других массовых брендов, чтобы посетитель был уверен, что увидит здесь всех производителей в данном сегменте. А на сегодняшний день получается, что рядом с Hi-Fi-компонентами (а это более дорогой сегмент) стоят образцы самой дешевой китайской техники. Создается впечатление, что с выставки намеренно выбросили целый сегмент рынка, — тогда надо это мероприятие называть по-другому: например, «High-End Show в кругу китайских друзей».

И еще хочется сказать по поводу соседства с выставкой. Наша компания, когда только начала заниматься Hi-Fi-техникой (дело было задолго до открытия студии Music Hall), в качестве эксперимента организовала в двух своих магазинах «Гигабайт» отделы домашних кинотеатров. В те времена эти действия многим казались странными... Немало говорилось о том, что такой формат неприемлем...

И вот теперь, по прошествии четырех лет, мы становимся очевидцами того, что многие изначально компьютерные магазины уже имеют отделы домашних кинотеатров. И даже Kyiv Hi-Fi Show почти без границ соседствует с выставкой компьютерной. Но насколько такое соседство актуально сегодня? Видать, такая уж судьба... Хотя нам хотелось бы иметь в соседях, например, выставку ювелирных изделий или же элитных автомобилей. Но соседей, как и родителей, видимо, не выбирают. Впрочем, устройства могли бы об этом подумать.

Очень хорошо, что журнал «What Hi-Fi? Звук и Видео» предложил нам и другим фирмам принять участие в блицопросе. Я надеюсь, что орга-

низатор выставки, фирма «Евроиндекс», в свою очередь предложит потенциальным экспонентам Kyiv Hi-Fi Show 2005 обсудить формат и другие детали за круглым столом. Очень важно, чтобы организатор выставки не просто собирал с компаний деньги и предоставлял им площадь в зале, но и брал на себя дополнительные обязательства, которые он может и готов выполнить.



Антон Злотник
«Карма Диджитал»

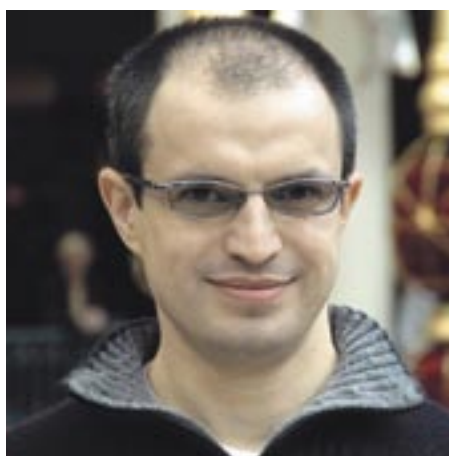
Безо всяких сомнений, выставка нужна. Рынок развивается, растет, и это естественный процесс, а такое мероприятие — один из инструментов общения между потребителем и продавцом. Выставка позволяет показать продукт всем заинтересованным сторонам: и покупателям, и дилерам. У первых появляется возможность на месте ознакомиться с основными тенденциями рынка, увидеть новинки и оценить перспективы развития. Естественно, при этом происходит процесс выбора не только самого продукта, но и его поставщика. И чем лучше представлена продукция, тем она интереснее потребителю. Все достоинства такого мероприятия давно всем известны и понятны. На сегодняшний день рынок Hi-Fi и домашнего кинотеатра нуждается в выставке, но продуманной и подготовленной.

Фирмы-участники исповедуют различные подходы к организации стенда: кто-то стремится к High-End show, где можно показать все преимущества своего продукта, создать атмосферу эксклюзивности и изыска, а кто-то хочет видеть крупные компании-производители, ориентированные на массовый рынок. Объединить участников со столь разными потребностями в одной выставке — это задача организаторов.

Если говорить о составе экспонентов или о том, каким он должен быть, то в первую очередь нужно отметить, что участие должны принимать все операторы рынка, со всеми их продуктами, технологиями и новинками. А еще игроки «смежных» или «соседних» рынков. Ведь без DVD-дисков домашний кинотеатр — «вещь в себе». Носители — неотъемлемая часть рынка. Впрочем,

и в качестве «соседей» было бы уместнее иметь не выставку портативной цифровой техники, а может быть, мебельную или архитектурную. Ведь и клиенту интереснее получить в одном месте решение для его конкретного и неповторимого случая, чем просто впечатление типа «да, бывает же такое...».

В любом случае, прошедшая выставка была полезной и для экспонентов, и для посетителей. Я надеюсь, что многие из тех, кто пришел на выставку, нашел на ней именно свой кинотеатр.



Николай Жихарев
«Нуклон»

Выставка нужна не только рынку Hi-Fi, но и всему рынку бытовой электроники. Большинство производителей выпускают плазменные телевизоры, домашние кинотеатры, DVD, AC. Мне непонятно, почему менеджеры таких компаний, как JVC, LG, Panasonic, Pioneer, Samsung, Sony и др., принимая решение не участвовать в Kyiv Hi-Fi Show, лишают приверженцев этих торговых марок возможности увидеть новинки, топовые модели. Украинские магазины предлагают далеко не полный ассортимент техники. Выставка — единственная возможность показать новые продукты не только дилерам, но и конечным потребителям. Все декларируют свое стремление быть ближе к покупателю и в то же время лишают его возможности в одном месте ознакомиться со всей техникой. Выставка также поможет дилерам в продажах.

Это мероприятие не должно быть кулуарным, рассчитанным только на аудиофилов. CES, IFA — шоу, которые посещают все: специалисты, потенциальные покупатели, дилеры, производители.

На выставке должны присутствовать те, кто имеет какое-либо отношение к бытовой электронике. Было очень приятно отметить в этом году активное участие компаний, предлагающих аксессуары (стойки, кабели, подвесы и т. п.). Непонятно отсутствие компаний, продающих оборудование для спутникового телевидения, а также производителей оборудования для «умного дома» (AMX, Crestron, Gira,

«Нужна ли рынку Hi-Fi и домашнего кинотеатра выставка, если да, то каков должен быть ее формат и круг участников?»

Russound, Siemens). Техника вышеперечисленных фирм способна управлять компонентами домашнего кинотеатра, но почему-то это не демонстрируют... Где продавцам еще показывать свои системы?

Что касается возможностей презентации — все зависит только от желания участника достойно представить свою технику. Это доказала в нынешнем году компания «Карма Диджитал» — посетители услышали и увидели легендарный Synthesis Hercules. Огромное ей спасибо! Редакция журнала «What Hi-Fi? Звук и Видео» в своем боксе собрала несколько рекомендуемых комплектов и продемонстрировала их восхитительные возможности.

На выставке должны быть все! Возможно, для этого необходимо изменить ее название, например добавить в него «Звук и Видео».



Владимир Шмуклер
«Евроиндекс»

Поскольку наша компания является организатором Kyiv Hi-Fi Show, то ответ однозначен: выставка Hi-Fi/High-End-аппаратуры и домашнего кинотеатра украинскому рынку нужна. Подобные шоу проводятся во многих европейских странах: в Бельгии, Великобритании, Германии, Италии, России, Швеции и др. Поэтому Украине, где проживает около 50 млн человек и происходит серьезный рост среднего класса и строительный бум, такое мероприятие тоже необходимо. Ведь только на специализированной выставке потребитель и дилер могут ознакомиться со всем спектром Hi-Fi- и High-End-техники, увидеть и услышать ее вживую, прочувствовать все преимущества высококачественной аппаратуры и сделать взвешенный выбор.

Что касается круга участников и формата выставки, то, конечно же, она должна быть репрезентативной, т. е. представлять максимальное число ведущих игроков рынка. А ее формат — помогать участникам выставки в полной мере реализовать намеченные планы. Поэтому по итогам Kyiv Hi-Fi Show 2005 мы ведем активные

переговоры с лидерами рынка о том, какой формат выставки является для них наиболее приемлемым. Мы считаем, что именно персональные встречи дадут нам самые объективные данные. Понятно, что этот процесс займет некоторое время, но результат стоит того — мы получим максимум информации для разработки эффективной концепции выставки. А затем презентуем ее рынку и внесем коррективы, полученные в результате общего обсуждения. Таковы наш взгляд и планы.



Роман Великодний
«Мелодия»

Я глубоко убежден, что выставка необходима дистрибьюторам, дилерам и в первую очередь — конечным потребителям. Украинский рынок стремительно развивается, и сегодня на нем представлено большинство существующих в мире производителей техники Hi-Fi, High-End и custom installation. Людям, которые интересуются аудиотехникой, Hi-Fi-выставка, как и любая другая, должна помочь сделать правильный выбор при покупке аппаратуры. Более того, я считаю, что она призвана повышать общий уровень знаний потенциальных покупателей, которым необходимо прививать хороший вкус. К сожалению, многие архитекторы и дизайнеры не совсем представляют себе, что такое домашний кинотеатр, не говоря уже о системах multiroom. А ведь в США и Европе сегодня это неотъемлемая часть современного дома и квартиры. Поэтому хотелось бы, чтобы в рамках выставки проводились семинары не только для специалистов, а и общеобразовательные. Причем последние, на мой взгляд, должны давать представление о концепции правильного построения Hi-Fi, кинотеатральных и multiroom-систем, не останавливаясь на конкретных брендах. Думаю, что в роли лекторов на таких семинарах могли бы выступить специалисты из редакции журнала «What Hi-Fi? Звук и Видео». Формат выставки может быть любым. Я не считаю этот вопрос ключевым.

Главным условием успешного проведения выставки, по моему мнению, является участие всех дистрибьюторов. Необходимо собрать все компании, работающие на рынке Hi-Fi. При этом очень важно, чтобы участники, хотя бы на время проведения выставки, чувствовали себя не конкурентами, а коллегами и партнерами. Это в первую очередь должны понимать организаторы. Задача, несомненно, трудная, но, надеюсь, осуществимая. Уверен, что те, кому это удастся, будут пользоваться большим уважением не только в среде профессионалов, а и у рядовых потребителей.



Александр Хвостенко
Sound Sound

Нужна ли рынку Hi-Fi и домашнего кинотеатра выставка? Конечно, НУЖНА!

Выставка должна быть самостоятельной, никак не связанной с «Цифроманиями», «Фотоманиями» и прочими -маниями. Каков формат и круг участников? Сугубо Hi-Fi, High-End и домашний кинотеатр.

Залы должны быть подготовленными, как это делается на подобных мероприятиях в Европе, но без дизайнерских излишеств и пирамид — у кого выше и ярче... Необходимо, чтобы участники уделяли максимум внимания расстановке компонентов, а не стенду как таковому. Посетителям интересен не внешний вид конструкций, а сама суть — прослушивание. Ведь Hi-Fi — это прежде всего звук. Желательно, чтобы площадь залов была 30–40 м².

Возможно, выставку следует оживить вручением призов, проведением викторин.

Учитывая довольно высокую стоимость участия в выставке, ее реклама должна охватывать всю Украину, так, чтобы ее посещали не только киевляне и читатели журнала «What Hi-Fi? Звук и Видео», получившие пригласительный билет, но и жители других регионов.

Kyiv Hi-Fi Show должно быть СОБЫТИЕМ для любителей Hi-Fi, а не очередным коммерческим мероприятием для организаторов.