

PROMT 2010 termékverseny

Pesti Sándor

„Mit sem ér a kiállítási marketing, ha nincs mögötte olyan, a látogatóknak is kézbe vehető, hazavihető anyag, ami képviselni tudja a kiállítót, és amiben testet ölthet a szándék és a kreatív gondolat.”

PREAMBULUM

(Kivonat a PROMT versenyszabályzatából)

A kiállítások résztvevőinek szándékai általában összetettek. Az arculat- és image-építéstől a kapcsolatok ápolásán keresztül az új termékek bemutatásáig és piacra viteléig sok apróbb vagy nagyobb részecskék együttese alapján születik meg a döntés a kiállítási részvételtől. Bármelyik cél is a domináns, elfogadjuk, hogy a hatékony kiállítási jelenlét elengedhetetlen feltétele az informatív stand, mégis mindenképp a legfontosabb marketingeszközök azok, amiket a látogató majd magával is vihet. Mindenekelőtt a cég prospektusai. Hasonlóan fontosak az egyéb információs anyagok és az arculati elemeket hordozó promóciós anyagok, ajándéktárgyak. Mert mit sem ér a kiállítási marketing, ha nincs mögötte olyan, a látogatóknak is kézbe vehető, hazavihető anyag, ami képviselni tudja a kiállítót, és amiben testet ölthet a szándék és a kreatív gondolat.

Ez utóbbiak jelentőségére tekintettel hirdetjük meg a PROMT 2010 termékversenyt – több kategóriában – a kiállításon részt vevő cégek körében.

A verseny minden kiállító számára nyitott, és a versenyfeltételek egyenlő esélyt adnak a nagy multik hazai képviselői mellett a legkisebb vállalkozásoknak is. Legfontosabb bírálati szempontok: az információtartalom, az információt nem felülíró, de kreatív tipográfia, a környezettudatosság és a praktikum, valamint a kivitelezés minősége.

Néhány tétel, amivel – azt hisszük – minden Magyar Grafika-olvasó egyetérthet:

A digitális nyomtatási technológiák mára olyan szintre kerültek, hogy bármilyen összehasonlításban elérik, esetenként meg is haladják a többi, hagyó-



mányos nyomtatási technológia által képviselt minőséget és lehetőségeit.

A nyomtatott termékek legnagyobb hányada a reklámot, a marketinget szolgálja. Még a klasszikus irodalmat is vonzó borítók teszik kelendőbbé.

Mit sem ér a kiállítási marketing, ha nincs mögötte olyan, a látogatóknak is kézbe vehető, hazavihető anyag, ami képviselni tudja a kiállítót, és amiben testet ölthet a szándék és a kreatív gondolat.

„Sikerrel szerepelni egy rangos szakmai versenyen.” Sokak szemében ez az a küszöb, amin átlépve már bárki a legjobbak közé tartozónak érezheti magát.

E tétel alapján volt hiányérzetünk, és a Digitalexpo előtt úgy gondoltuk, eljött az ideje egy új dimenziókat nyitó termékverseny megvalósításának. E lehetőség a **PROMT**, azaz **P**romóció – **M**arketing – **T**ermék. És nem mellesleg: azonnali, azaz promt!

A verseny lényege – tömören: helyszíni és azonnali nevezés, zsűrizés és eredményhirdetés.

A szlogen: A kiállítás első napján leadja és másnap már a standját ékesíthetik az elnyert oklevelek!

A Digitalexpo és társkiállításai a SIGN és a GINT, voltak az elsők, amelyen először volt lehetőség, hogy „akasszák a hóhért”, azaz a nagyrészt a marketinget, reklámot szolgáló digitális



technológiákban érdekeltek egy rangos szakmai verseny keretében mutathassák meg, mit tesznek saját reklámjuk, marketingjük érdekében. Bizonyosodjon: a suszter járhat ugyan lyukas cipőben, de a nyomdaipar a saját holmijával is igényes, magának is minőséget rendel és szállít!

A verseny védnöke a Magyar Grafika, a megvalósító a Papír- és Nyomdaipari Műszaki Egyesület. Együtt vigyáztunk rá, hogy egyenlő eséllyel indulhasson mindenki. Nem igaz, hogy a nagy multik nemzetközi marketing apparátusa által a legújabb nyomtatási technológiák lehetőségeinek együttes alkalmazásával gyártott prospektusok feltétlenül szebbek és használhatóbbak! Az induló, egyszemélyes vállalkozásnak is lehetnek olyan reklámanyagai, amelyek úgy mond „nagyot szólnak”. Sajnos ez most kevésbé igazolódott, mert a kicsikben még nem tombolt a nevezési vágy a megmérettetésre!

Nézőpont kérdése, hogy mennyire tekinthető sikeresnek a Digitaexpo alkalmából elsőként, de hagyományteremtő szándékkal meghirdetett PROMT 2010. Mi úgy ítéljük meg, hogy sikeres volt.

Felfigyeltek rá a nyomdászszakma mellett a reklámosok és marketingesek is.

A kiállítók több mint 10%-a nevezett be egy-egy termékével valamelyik kategóriában.

Kiváló termékek versengtek, nagyon megnehezítve a zsűri dolgát.

Tekintélyes szakemberek fogadták el a felkérést a zsűribe, és nagyon igazságos eredmények születtek.

Ami viszont kicsit visszafogta az ünneplőkedvünket:

Sokakban csak ott tudatosult a lehetőség, de már nem volt bátorságuk vagy energiájuk, hogy éljenek is a nevezés lehetőségével.

A lehetőséggel főleg a „nagyok”, a világcégek képviselői éltek, pedig a kiállításon végigmenve kiváló minőségű, ötletgazdag marketing- és reklámanyagokat láttunk a néhány személyes, induló vállalkozásoknál is!

A verseny négy kategóriában volt meghirdetve.

Szöveg és tartalom érthetősége (világos és szakmailag korrekt fogalmazás, nyelvhelyesség) ADHATÓ PONTSZÁM: 0–10
Az illusztrációként használt képanyag illeszkedése a tárgyhoz, témához ADHATÓ PONTSZÁM: 0–10
Betűválasztás (olvashatóság, esztétikum, illeszkedő karakter) ADHATÓ PONTSZÁM: 0–10
Eredetiség ADHATÓ PONTSZÁM: 0–10
A választott méret és fazon praktikussága (a célközönség szempontjából) ADHATÓ PONTSZÁM: 0–5
Illeszkedés a cég karakteréhez, arculatához ADHATÓ PONTSZÁM: 0–5
Gyártási kivitelezés minősége ADHATÓ PONTSZÁM: 0–10
Termék anyagának kiválasztásánál milyen mértékben érvényesült a környezeti terhelés (újrahasznosítás lehetősége, tartós használat stb.) ADHATÓ PONTSZÁM: 0–10
A termék speciális, csak egyszer használható vagy másodlagos – esetleg más célú – használata is vélelmezhető (pl. újratölthető vagy kollégáknak, családban, baráti körben tovább használható, háztartásban felhasználható stb.) ADHATÓ PONTSZÁM: 0–5
<i>Elért összes pontszám (lehetséges maximum: 75)</i>
<i>Az elért összes pontszám aránya az elérhető maximumhoz képest (%)</i>

♦ Általános prospektus és cégismertető (pl. füzet, szórólap, reklámszatyor, a közönségnek szánt csomagolóanyag, mint pl. dobozok stb.) az esélyegyenlőség érdekében két csoportban.

♦ „A” kategória: saját tevékenységhez. A kiállító saját tevékenységéhez. Például a kereskedőcégek nem a képviselt gyártó világcég prospektusával, hanem a saját maguk által tervezett kiadvánnyal neveznek.

♦ „B” kategória: képviselt cégek termékeihez. Például egy magyarországi márkaképviselő az anyacég prospektusát ide és nem az „A” kategóriába nevezheti.



- ♦ Kiállított termék(ek)hez (gép, berendezés stb.) kapcsolódó, annak funkcióit bemutató, a helyszínen készülő termék, mint pl. nyomat-, hajtás-, stancminta és hasonlók.
- ♦ Grafikai elemeket tartalmazó marketing- és reklámcélú szóróanyagok (névjegy, reklámszatyor, öngyűjtőtől a cukorkáig mindenféle céges ajándék stb.), továbbá a cég- és standarcutali elemek (söralátétől a cégemlékmás poharárig), különleges, egyedi ajándékok stb.
- ♦ Egyedi plakát, Roll-upp és hasonló standdekorációk (helyszínen megtekinthetők).

A zsűri az előző oldalon lévő „Bírálati szempontok és adható pontszámok” segédlet alapján értékelt.

A kategóriák és a bírálati szempontok kiállták a próbát, és alkalmasak voltak a verseny lebonyolítására, de a tapasztalatok alapján valószínűleg további finomhangolást fogunk elvégezni, hogy még könnyebb legyen a szokványos prospektusokon kívüli kreatív megoldásokkal is nevezni, még többen érezhessék a sajátjuknak.

A zsűri tagjai:

- ♦ dr. Maczó Péter zsűrielnök,
a Moholy Nagy Művészeti Egyetem docense,



- ♦ Erdély Zsolt
(BP Papír ügyvezető igazgató), a Papírnagykereskedők Egyesületének elnöke,
- ♦ Faludi Viktória,
a Magyar Grafika főszerkesztője,
- ♦ Molnár Szabolcs
(Eurojet Hungária Kft.), a Digitaexpo kiállítás fővédnöke, ügyvezetője,
- ♦ Schmidt Dániel,
a Cerberus ofset/digitális nyomda ügyvezetője.

A versenyben a következő termékek, illetve kiállítók érdemelték ki a kiválóságot igazoló oklevelet:

- ♦ BD-Expo Kft.
„drupa 2012” 2010 tavaszi DM anyaga
- ♦ BD-Expo Kft.
„digi:media 2011” prospektus
- ♦ Budapest Papír Kft.
Digitális papírok mintakönyve
- ♦ Europapier Hungária Kft.
Nautilus Universal 160 gr/m² papírra készült színes demonstrációs prospektus
- ♦ Intergraf Kft.
Stand arculat
- ♦ Intergraf-Digiflex Kft.
„Digitaexpo 2010” Kiállítási meghívó
- ♦ Keback Kft.
Színváltozós ernyő
UV-érzékelős demonstrációs karóra
- ♦ Konica Minolta Kft.
Konica Minolta színes demonstrációs prospektus
- ♦ PC Studio Kft.
Duplo demonstrációs prospektus

A PROMT termékverseny ötletének a sikerét mi sem bizonyítja jobban, minthogy a drupa következő nemzetközi bulletinjébe – drupa report – is bemutatásra kerül majd!

