



Виставковий центр: «КиївЕкспоПлаза» на Житомирській трасі, с. Березівка, вул. Амстердамська, 1.
Організатор виставок: «Євроіндекс», www.euroindex.ua

Дорогі друзі!

16–18 березня у ВЦ «КиївЕкспоПлаза» відбулися виставки **«Франчайзинг»**, **All4:Franch**, **«Індустрія торгівлі»**, **«Eda Brendiv»** та **Продовольчий ярмарок контрактів**

Вперше виставки відбулись у комбінованому форматі — наживо та online (16–20 березня на платформі <https://eventswallet.com/uk/events/62/>). Таке поєднання, з одного боку, дало можливість відвідати виставку тим, хто не зміг бути присутнім фізично, а з іншого — ще яскравіше продемонструвало важливість живого спілкування. Нам усім життєво необхідно зустрічатись по-справжньому, а не лише через віконця вебкамер у месенджерах. Ми потребуємо ширих емоцій, надійних рукоштовпів, відкритих поглядів... ну і ароматної кави з круасанами)). Реальних ароматів і смаків життя.

Щиро вдячні всім, хто долучився до нашого свята підприємництва та зібрав компанію неймовірних людей — відкритих, щирих та наполегливих. «Роби, що можеш, і будь, що буде» — тільки так можна досягти результату. Впевнені, кожен з вас зійде на свою вершину і досягне мети. Ми ж хочемо підсумувати результати івентів і представити їх вашій увазі.

Всього у виставках взяли участь **96 компаній** та **4 409 відвідувачів** (в т.ч. 411 online) з усіх куточків України. До українських компаній долучилися учасники з Болгарії, Казахстану, Литви, Російської Федерації, Чехії. Заходи проходили у павільйоні загальною площею **6 тис кв. м**, при цьому чиста площа стендів склала майже **1,5 тис кв. м**.

Унікальним є формат цьогорічної **ділової програми**, заходи якої відбувались у комунікаційному просторі павільйону і одночасно трансливались на online-платформі, тож послухати доповіді можна було будь-де, та й дехто зі спікерів підключався з інших міст/країн. До речі, таку опцію (виступати дистанційно) ми пропонували усім спікерам, але переважна більшість обрала живий формат спілкування з абсолютно однаковим аргументом: «Я хочу дивитися слухачам в очі!».

Ми всі хочемо дізнатись про майбутнє: що буде за пів року, за рік та навіть завтра. І хоча жоден з нас не має кришталевої кулі, проте завдяки спілкуванню ми знаходимо підтримку ідей, спростовуємо страхи, просто «звіряємо годинники» та власне положення у системі координат. Так за кілька тижнів до виставок виникла ідея організувати **ClubPlaza** — серію коротких діалогів зі знайомими підприємцями й поцікавитись їхніми думками, очікуваннями та сподіваннями.

Блискуче реалізував ідею Валерій Пекар, президент компанії «Євроіндекс», викладач КМБШ. Загалом вийшло 30 таких діалогів. Дивитись ефіри **ClubPlaza** можна було просто під час виставок на платформі <https://eventswallet.com/uk/events/62/>.

З огляду на популярність формату ми створили **Youtube-канал**, де можна буде переглянути всі розмови. **Підписуйтесь** обов'язково, адже проєкт буде розвиватись, і незабаром з'являться нові відео.

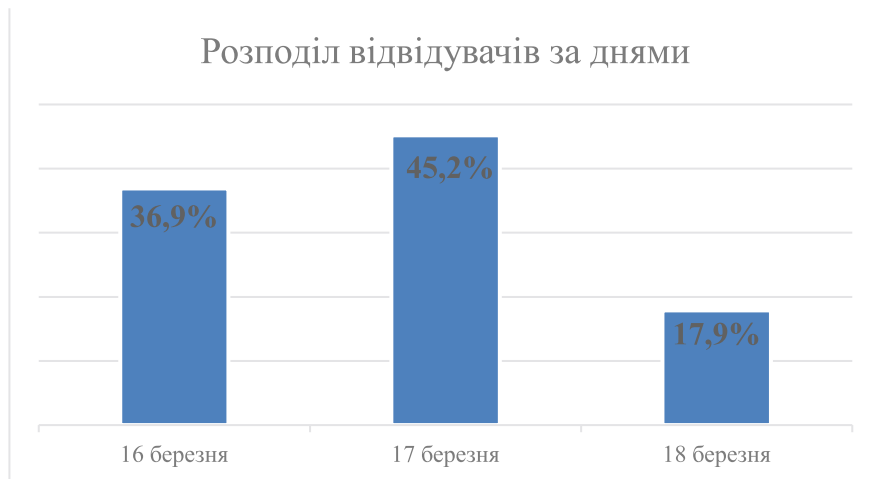
Щодо відвідувачів виставки

Ті, заради кого ми ретельно готуємось і не спимо ночами)). Вони прийшли/приїхали попри сумніви деяких учасників і загальний інформаційний фон у вітчизняних ЗМІ. Напевно, тому, що довіряють і розуміють — правильно організовані профільні івенти відповідають безпековим нормам та вимогам. Але, у першу чергу, тому, що їм це потрібно! Ми бачили неймовірний інтерес до проєктів з боку відвідувачів ще за декілька тижнів до старту виставок — на сторінках у соцмережах, на сайтах, на гарячій лінії колцентру. Шановні відвідувачі, ми знаємо, як ретельно ви зважували рішення (виставкові сайти

сканувалися від А до Я) і неймовірно вдячні за вашу довіру. Це мотивує і організаторів, і учасників докладати максимум зусиль, аби задовільнити ваші запити.

У цифрах маємо **4 409 відвідувачів** (в т.ч. 411 online) з усіх куточків України. Для франчайзингу, який традиційно є драйвером економіки, це **+43% зростання** порівняно з минулим роком. І це дає надію, попри всі локдауни і карантини.

Розподіл відвідувачів за днями виглядав традиційно, з піковим навантаженням у другий день:



Події мали широкий резонанс у соцмережах. **Загальне охоплення аудиторії у Facebook, Instagram, Telegram перевищило 1 млн осіб.**

У рекламній кампанії ми зробили головну ставку на digital: інтернет-реклама, smm, партнерські програми та прямі контакти. Значно розширили географію, зробивши таргет на низку країн, перспективних для наших виробників з «Індустрії торгівлі». Багато анонсували учасників у соцмережах і приділяли максимум уваги передвиставковому промо загалом, щоб кожен відвідувач знав, хто і що його чекатиме у павільйоні. Для зручної реєстрації до телеграм-бота додали його брата у вайбері.

Минулий тиждень для багатьох став ковтоком свіжого повітря серед постійних обмежень та онлайну. Стільки теплих і щирих слів від вас ми не чули, мабуть, за усі попередні роки. І кожне ваше щире слово — взаємне. Ми також скупили за вами, за виставковим драйвом і енергетикою. І ми точно постарався придумати для вас щось корисне і цікаве (й безпечне), щоб усі ми мали на що чекати якомога швидше)) Особливо враховуючи, скільки компаній вже готові бронювати участь у наступній виставці!

Запрошуємо переглянути фото з виставок на наших сторінках <https://www.facebook.com/Franch.Expo>, https://www.instagram.com/franch_expo/

Дякуємо за прекрасні дні разом! Працюємо далі, тримаємось та підтримуємо одне одного, бережемо себе і близьких та віримо у краще. А ще нетерпляче очікуємо нових зустрічей — можливо, навіть, раніше, ніж за рік.