

تعمیر ماشین

نوشته مایکل هوگ

مترجم: شیرین شریفیان

به دنبال مقاله ای با عنوان "ماشین" نوشته داگ دوکیت، سایت نمایشگاهی profitable trade show مقاله ای را چاپ کرد که در آن مایکل هوگ راهبردی را در پاسخ به آن مطرح کرد. مایکل هوگ مشاور صنعت نمایشگاهی و یکی از نویسندگان این سایت است.

من به عنوان یک مهندس ابتدا باید تعبیر خود را از ماشین و تعمیر آن بیان کنم:

- ۱- ماشین کل صنعت نمایشگاهی است که شامل برگزار کنندگان رویداد، پیمانکاران، تامین کنندگان، مراکز برگزاری نمایشگاه، هتل ها، خطوط هوایی و حتی اعضای اتحادیه ها، رانندگان تاکسی و... می شود.
- ۲- ماشین (صنعت) بیمار است و نیاز به تعمیر دارد. اما عوامل ذیل قدمی در راه کمک به آن بر نمی دارند:
  - خود برگزار کنندگان زیرا آنها فقط می خواهند سهم خود را از ماشین تعمیر کنند که همانا برگزاری نمایشگاههای مختلف است.
  - پیمانکاران، زیرا مشکل بزرگتر از آن است که به تنهایی بتوانند از عهده اش برآیند و بعلاوه این صنعت همیشه از آنها خواسته است که پرداخت کننده انحصاری تلاش های گذشته برای تعمیر این صنعت باشند.
  - انجمن ها (مانند IAEM, PCMA, SISO و غیره) زیرا آنها بر حفظ ماندگاری و سلامت خود تمرکز دارند حتی به قیمت صنعتی که به آنها حیات داده است.

داگ ما را می دارد تا به سهم خود ماشین را به دوران شکوفایی خود بازگردانیم. صنعت ما واقعا به کمک نیاز دارد. از این رو به سهم خود چند پیشنهاد را ارائه می کنم:

ظاهرا هر کس روش خود را پیش گرفته است و توجهی به عواقب آن ندارد. مثلا اکنون چهار رقیب تبلیغاتی در صنعت نمایشگاهی وجود دارند - CEIR, CIC, IAEM و حتی ABM (رسانه تجاری امریکا) و هیچ یک به روشی منطقی با هم همکاری نمی کنند. ما همگی باید تلاش های خود (و سرمایه گذاری) را زیر یک چتر حمایت کننده قوی متمرکز کنیم که تمامی منافع مشترک را به درستی و با موفقیت مطرح خواهد کرد. و مهمترین نفع مشترک بازگشت نمایشگاهها به وضعیت سابق و دوران شکوفایی آن به منزله یک فعالیت تجاری پیشگام برای یادگیری و بازاریابی می باشد. این چتر حمایت گر باید:

- ۱- تحقیقات مرتبط با رفتار بازدیدکننده را انجام دهد و الزاماتی را شناسایی کند که خریداران بیشتری را صاحب انگیزه می کند تا در رویدادهای رو در رو مشارکت داشته باشند (به عقیده من این ریشه همه مشکلات است).
- ۲- این اطلاعات را در یک برنامه تبلیغاتی انتقال دهند که منافع ملاقات های رو در رو را هم برای بازدیدکننده و هم غرفه دار اعلام کند.
- ۳- همچنین منافع صنعتی عمومی دیگری را مطرح کنند از قبیل امور دولتی و پارلمانی. مثلا مشکل ویزا عامل مهمی در عدم مشارکت بین المللی شده است.

من توصیه می کنم که انجمنی مانند انجمن صنعت نمایشگاهی (CIC) این چتر حامی باشد. زیرا:

- ۱- CIC یک انتخاب طبیعی است چرا که قبلا هم از ۳۰ گروه صنعتی پشتیبانی کرده است، از انجمن حمل و نقل هوایی امریکا گرفته تا انجمن غرفه داران نمایشگاه بازرگانی.
- ۲- CIC برای انجام مأموریت خود صاحب شهرت است. اخیرا در یک نشست خبری گفته شده که وقتی مردم به راه صحیح انجام امور صنعتی فکر می کنند اولین انتخاب CIC است.
- ۳- CIC معمولا در نبردهای گروههای مختلف بی طرف است و دستور جلسه شخصی ندارد.

۴- CIC در محلی واقع شده است که اکثر انجمن‌های تجاری در آنجا مستقر هستند.

- اما CIC هرگز مسئولیتی چنین سنگین را برعهده نداشته است، پس اصلاحات زیر را برای تقویت آن مطرح می‌کنم:
- ۱- بهتر است که این انجمن با نام جدید انجمن رویدادهای رو در رو (FFC) کار خود را آغاز کند تا جهت‌گیری جدید آن را بهتر منعکس سازد و پشتیبانی وسیع‌تری را جلب کند. مثلاً از طرف کسانی که فقط کنفرانس‌ها را برگزار می‌کنند.
  - ۲- افراد قدرتمندی را در هیئت مدیره به کار گمارد که مستقیماً نمایشگاه‌ها را برگزار یا پشتیبانی می‌کنند. رئیس هیئت مدیره باید یک وزنه واقعی باشد که مورد احترام تمام صنعت است.
  - ۳- پرسنل واجد شرایط آن در بخش‌هایی نظیر تحقیقات رفتار، تبلیغات، بازار و مسائل دولتی و پارلمانی فعالیت کنند.

FFC یک مأموریت ساده دارد: تاثیر گذاری و ارتقا مشارکت بیشتر در رویدادهای رو در رو (به خصوص نمایشگاه‌ها). و FFC هیچ‌گونه رویداد صنعتی را برگزار نمی‌کند و به هیچ وجه چیزی بیشتر از یک انجمن تجاری نیست.

اما چگونه تقویت FFC مثلاً از طریق تامین بودجه، صورت می‌گیرد؟ قطعاً نه از طریق مالیات بر غرقه داران و نه با درخواست کمک‌های بلاعوض. در واقع همه عوامل و دست‌اندرکاران این صنعت باید دست به دست هم بدهند تا روشی منصفانه و عادلانه برای تامین بودجه آن پیدا شود. از آنجا که برگزارکنندگان بیشترین نفع را می‌برند (بر اساس سود حاصله)، پس شاید انجمن‌های برگزارکننده رویداد و شرکت‌های انتفاعی باید حداقل نیمی از بودجه لازم را تامین کنند. و هر کس باید بر اساس نرخ نسبی مشابه و مطابق با فرمول توافق شده، مالیات دهد.

این چتر حامی جدید هزینه‌ای به مراتب کمتر از تلاش‌های ناهماهنگ فردی فعلی، در بر خواهد داشت. به عقیده من در راستای اهداف مشترک می‌تواند کار بسیاری انجام داد.

در هر صورت مقامات منتخب انجمن‌های صنعتی باید در سطح اساسی به این مهم بپردازند. زمان می‌گذرد و ما باید هر چه زودتر این ماشین را تعمیر کنیم. چه کسی قدم بر خواهد داشت و منافع این صنعت را مقدم بر منفعت خود قرار می‌دهد؟