

УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ НА ИЗЛОЖБИ

от Боб Делмаер

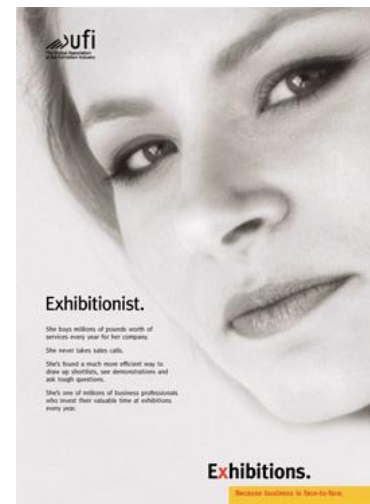
Стъпка 10: Работа с пресата

Всеизвестен факт е, че повече от половината посетители на изложби искат да видят какви са новостите в продуктите и услугите. „Нов“ е една от двете най-ефективни думи в комуникациите днес, ето защо думите „нов“ и изложби се съотнасят една към друга като синоними. Ето защо, уверете се, че вашата компания представя своите нови продукти, нови услуги, нови служители и дори новите си съоръжения на изложбата. На територията на щанда използвайте графики, демонстрации и други ефективни методи, за да привлечете вниманието на посетителите. Погрижете се да имате адекватен превод на подходящите езици. Опитът показва че, чрез интерактивни презентации, в които участват и посетителите, новите продукти или услуги се запомнят по-добре и представянето им е по-успешно.

Прессъобщение

Подгответе съобщение до пресата на тема „какво ново“ за вашата компания. Ето някои предложения:

1. Избягвайте да използвате преувеличения за продажбите (като „свръх“), тъй като това обикновено не се интерпретира добре
2. Бъдете кратки, използвайте факти
3. Включете снимки с описания (надписи)
4. Изпратете съобщения до всички официални източници, свързани с отразяването на изложението преди неговото стартиране
5. Публикувайте го в интернет
6. Подгответе прес материали за вашия щанд и прес офиса на изложението



Пресконференция

Бихте могли да насрочите пресконференция по време на изложението. Това може да включва предварително изпращане на специални покани, специално отношение към важните гости, изказванията на мениджърите на компанията, печатни, електронни и аудио-визуални помощни материали, храна и напитки, специални подаръци (например сувенири, изработени специално за събитието). Успешната връзка с медиите е много важна за маркетинговата стратегия на компанията.