

УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ НА ИЗЛОЖБИ

от Боб Делмаер

Стъпка 13: Среца с настоящи клиенти

Изследване показва, че 95% от всички мениджъри се срещат със своите настоящи доставчици на изложения. Ето защо, оценката на клиента трябва да заема важна част в маркетинговата ви стратегия. И ако Ви е нужна повече мотивация, запомнете, че *вашите конкуренти целят привличането на клиентите Ви за нейни такива, с цел да развият компаниите си*. Изследване показва също, че 77% от тези мениджъри са намерили поне един нов доставчик на последното изложение, което са посетили.

Изложбите обединяват много конкуриращи се компании и посетителите могат лесно да сравнят много продукти и доставчици за кратко време. Ето защо, изложбеният щанд е отлично място за вашата компания да покаже на клиентите си колко важни са те за вас. Трябва предварително да се осведомите, за това кои от вашите клиенти ще посетят изложбата, за да им отделите нужното време, не само на самия щанд, но и по време на организирани социални мероприятия. Разберете дали имат специфични изисквания или въпроси, свързани с продукта и съобразно това осигурете служител с необходимите компетенции, който да може да им отговори. Не пренебрегвайте това, защото в противен случай конкуренцията може да се възползва.

Това е известно като продажба, основана на взаимоотношения. Ето няколко причини, базирани на обширно проучване, защо посетителите отиват на вашия щанд:

1. Да научат за най-новите стилове, тенденции, модификации, подобрения по отношение на продуктите
2. Да видят най-новите продуктови предложения
3. Да се срещнат с техническите представители, отговарящи за подобренията в оборудването или разрешаването на проблеми
4. Да се срещнат с мениджърския екип
5. Да сравнят и направят оценка на конкурентни продукти
6. Да направят социално посещение или да покажат гостоприемство
7. Да създадат делови контакти
8. Да закупят нещо ново

