

## **УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ НА ИЗЛОЖБИ**

*от Боб Делмаер*

### **Стъпка 2: Поставяне на цели**

Втората стъпка за успеха е поставянето на цели, свързани с представянето ви на събитието. Тъжната истина е, че 71 % от фирмите изложители не си поставят цели или не планират стратегии във връзка с участието си. Дори по-лошо, едва половината от фирмите, с поставени цели, ги следват по време на изложбата. Обаче компаниите, които предварително са поставили целите си и последователно съблюдават тяхното изпълнение, постигат голям успех.

Целите дават насоката на всеки аспект от участието на Вашата фирма в изложбата: вашите маркетингови стратегии, брандинг планове, бюджет, архитектура и графики, продукти, литература, ИТ поддръжка, както и необходимия персонал.

### **Цели и продажби**

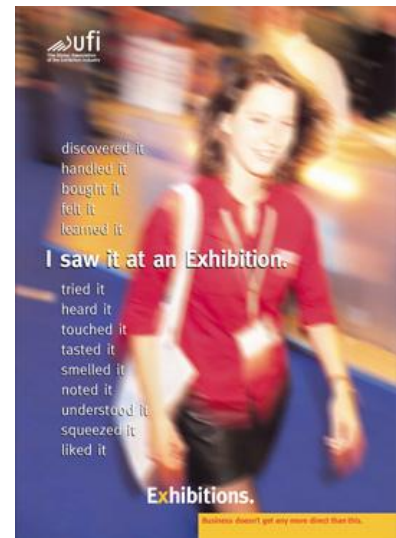
Поставените цели стимулират ефективността на продажбите на щанда, особено ако са съизмерими по отношение на количеството и качеството на контактите осъществени от персонала. Това означава, че целите на компанията трябва да се превърнат в лични цели на персонала и да бъдат постигнати от тях по време на изложбата. Изследванията постоянно доказват, че успешните фирми изложители поставят осъществяването на продажби като основна цел на изложбата.

### **Основни цели:**

За да се поставят цели, трябва да се определи какво иска да продава Вашата компания, какво да рекламира, с какво да търгува, брандира, с кого и как да комуникира на изложбата. Характерни цели могат да бъдат всяка от следните комбинации:

1. Увеличаване на продажбите чрез нови поръчки или чрез срещи с клиенти, оторизирани да взимат решения за извършване на сделки
2. Представяне на нови продукти или услуги
3. Заздравяване на взаимоотношенията с настоящи клиенти
4. Провеждане на пазарно проучване

5. Обновяване на контактните детайли в имейл листата на вашата компания
6. Откриване на нови пазари или територии
7. Медийно отразяване
8. Проучване на конкуренцията
9. Подобряване на имиджа на компанията или бранда
10. Провеждане на търговски срещи във връзка с изложението
11. Осигуряване на обучение за посетителите
12. Наемане на нови служители



Поставянето на цели е първата стъпка за успеха на всяка маркетингова дейност на дадено изложение. Както пише гуруто в маркетинга Питър Дж. Лорънс: "Ако не знаеш къде отиваш, най-вероятно ще стигнеш някъде другаде."