

## УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ НА ИЗЛОЖБИ

от Боб Делмаер

### Стъпка 3: Целеви маркетинг

Целевият маркетинг е следващата важна стъпка в процеса на проучване. На теория е съвсем просто: Установете контакт с посетителите, с които искате да се видите по време на изложбата и ги уведовете за това къде се намира щанда ви, какво ще покажете на него, кои брандове и какви демонстрации ще направите.

### Категории на посетителите

При всяка утвърдена изложба, посетителите са комбинация от следните категории:

1. Купувачи и/или мениджъри по поръчки идващи за първи път на изложбата, докато други са лоялни такива и посещават събитието всяка година
2. Представители на пресата (печатна и електронна)
3. VIP персони или „Opinion Makers“ (хора, формиращи общественото мнение)
4. Международни посетители
5. Студенти, които могат да се превърнат в бъдещи купувачи
6. Други, имащи отношение към съответната индустрия



### Действителна целева група

На този етап е важно да се погледне реалистично на очаквания от вас брой посетители на всяка една изложба. Вие и вашия екип трябва да разберете, че не всеки посетител проявява интерес към представените от вас продукти на изложбата. В действителност, изследване доказва, че приблизително 15% от посетителите имат интерес към която и да е категория продукт или услуга. За да сте сигурни в планирането на вашето изложение, приемете, че 10% от посетителите са вашата целева група.