

## УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ НА ИЗЛОЖБИ

от Боб Делмаер

### Стъпка 4: Предварителна комуникация с посетителите, които идват за първи път

Въпрос на избор е по какъв начин ще бъде осъществена комуникацията, но имайте предвид, че посетителите разходват собствените си средства и отделят от ценното си време, за да присъстват на изложбата, така че трябва да се направи всичко възможно инвестицията им да си струва усилията. Също така, използвайте подходящ език или термини във вашата комуникация.

На една типична изложба, *40% от посетителите идват за първи път*. Освен това *над 50% от тези важни купувачи и/или мениджъри по поръчките няма да посетят друга такава изложба през следващата година*. Това създава огромна маркетингова възможност за вашата фирма. Всъщност, проучванията *сочат, че 88% от потенциалните ви клиенти най-вероятно не са влизали в контакт с вашите търговски представители през предходната година*, така че те трябва да бъдат предварително информирани за участието Ви на изложбата. Ето някои предложения как да го направите:

1. Пуснете рекламна информация за фирмата си в предварителните публикации за изложбата, печатни и електронни, както и специализирана информация в списанията за вашия бранш. Не забравяйте да споменете важните търговски характеристики на вашите продукти, къде се намира изложбата, кои ще бъдат представителите на фирмата на изложбения щанд, и т.н. *Предварителната реклама може да удвои активността на вашия щанд по време на събитието, тъй като 83% от посетителите я използват, за да планират посещенията си.*
2. Предложете специални демонстрации и промоции на вашия щанд, за да позиционирате положително вашата компания и продукти. Персонализирайте вашето маркетингово послание до всяка група посетители. *Убедете ги, че ако правят бизнес с вас, животът им ще бъде по-добър и ще спестят пари.*
3. Възползвайте се от всички нови възможности за реклама в интернет. Повечето организатори на изложби предоставят директни връзки към интернет страницата на вашата компания, както и отлични възможности за онлайн реклама. Банер рекламата или блоговете могат ефективно да привлекат внимание към отличителните характеристики и разположение на вашия щанд. Не забравяйте да използвате подходящи послания.

