

УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ НА ИЗЛОЖБИ

от Боб Делмаер

Въведение:

Изложбите са най-добрата възможност за компаниите от цял свят за осъществяването на преки контакти. Те осигуряват изключителни продажби, проучване и изследване на пазара, брандинг, финансова и друга допълнителна информация, която дава възможност на фирмите да разберат основните правила на маркетинга по време на изложба.

Мениджърите, с право на вземане на решения, логично нареждат на първо място „изложбите“, като средство за получаване на информация за нивото на покупателната способност на клиентите, пред 12 други бизнес медийни възможности, включително директни запитвания по електронна поща, реклама, телемаркетинг и други. Изложбите са единственото място за продажби и маркетинг, което осигурява възможност за предварителни срещи и директни договаряния с квалифицирани посетители. Тези квалифицирани посетители инвестират собственото си ценно време и разходи, за да посетят изложбата. Това наистина е една изключителна маркетингова възможност.

В своята книга „Посткапиталистическото общество“ Питър Дракър, нарича този нов век „ерата на специализацията и знанията“. „Ние вече не правим или не местим нещата: ние прилагаме знания към знания“. И тъй като изложбите са основната възможност да се постигне това, Международната асоциация на изложбената индустрия (UFI), представя този маркетингов ресурс за фирми и организатори, които могат да споделят тази информация със своите изложители. Голяма част от данните се базират на проучванията, направени първоначално от Центъра за изследване на изложбената индустрия (CEIR) в Чикаго, Илинойс, САЩ.