

Targi są niepowtarzalną okazją do wypromowania naszego nowego produktu

Targi – czy warto się wystawiać?

Artykuł napisała Elżbieta Galus, Koordynator Działu Sprzedaży i Marketingu w Event Service Group

Każdego roku szanujące się firmy dokładają wszelkich starań, aby w wyróżniający się sposób zaistnieć na targach branżowych i zapaść w pamięci odwiedzających. Miesięczne przygotowania całych zespołów ludzi generują ogromne kwoty, a dodając do tego koszt samego udziału w imprezie staje się to dość odczuwalnym wydatkiem w budżecie marketingowym firmy.

Czy te działania mają sens? Jakie korzyści przynosi nam udział w takim wydarzeniu? Spróbujmy przyjrzeć się bliżej temu zagadnieniu. Być może niektórym to pomoże podjąć decyzję na przyszłość.

Jedyne w swoim rodzaju

Nie ma drugiego takiego miejsca, w którym mielibyśmy możliwość nawiązania kontaktu z tak licznym gronem naszych potencjalnych klientów (12 tys. odwiedzających w 2013 roku). Mało tego, to oni przychodzą do nas zaciekawieni ofertą, zaczynają rozmowę i zostawiają nam wizytówkę. Sytuacja idealna. Pamiętajmy, że teraz od nas zależeć będzie, czy te kontakty podtrzymamy i należycie wykorzystamy.

Dodatkowo kontakty takie pozwalają na budowanie silnych relacji biznesowych, gdyż jest to okazja do bezpośredniego kontaktu nie tylko dla handlowca, którego dotychczasowy klient już zna, ale dla kadry kierowniczej, czy back office, którzy znają klienta jedynie poprzez kontakty telefoniczne, bądź mailowe, a nigdy nie uścisnęli dłoni i nie mieli możliwości bezpośredniego kontaktu. Przestajemy być anonimowi, a dzięki takiemu spotkaniu w końcu klient traktuje nas jak znajomego, a nie wirtualną postać. Budujemy relacje z klientem, który staje się bardziej lojalny, a lojalny klient to największy skarb.



Targi to także możliwość porównania swojej oferty z ofertą innych wystawców

Promocja, o jaką trudno

Poza budowaniem relacji, targi dają możliwość wypromowania się młodej firmie, zbudowania pozytywnego wizerunku i znalezienia się w gronie liczących się graczy. W przypadku firmy o stabilnej pozycji, targi pomagają utrzymać pozytywny wizerunek i prestiż.

Targi są niepowtarzalną okazją do wypromowania naszego nowego produktu, czy nowej marki, ale trzeba je traktować, jako jedno z wielu narzędzi, które stosujemy. Klient ma wtedy możliwość zapoznania się z ofertą, może zobaczyć produkty na żywo i bezpośrednio je oceniać. Dodatkowo jest to moment, w którym poprzez zastosowanie ankiet badających preferencje klientów, możemy się dowiedzieć, co mamy do poprawy i czego klienci od nas oczekują - co nie zawsze jest dla wystawców takie oczywiste. Wszelkie konstruktywne uwagi i sugestie są niezwykle cenne i powinny mieć wpływ na prowadzenie biznesu, ofertę, zadowolenie klienta i finalnie na zyski przedsiębiorstwa.

Oko w oko z konkurencją

Firma podczas imprezy targowej ma możliwość porównania swojej oferty z ofertą innych wystawców, którzy ogłaszają swoje plany na najbliższy sezon, przedstawiają asortyment, katalogi i ceny. Dla przykładu, w 2013 roku na RemaDays w Warszawie było ich 570 – ciu. To dostarcza wystawcy informacji na temat branży reklamowej w kraju oraz pokazuje jego firmę pod kątem mocnych i słabych stron na tle konkurencji.

Podsumowując, uważamy, że mimo dużego nakładu finansowego i poświęconego czasu na przygotowania, do udziału w targach jednak warto przystąpić. Takie imprezy są doskonałym źródłem informacji o rynku reklamowym. Corocznie przyciągają setki producentów i przedsiębiorców oraz tysiące gości. To niepowtarzalna okazja, aby ogłosić światu nowinkę na nadchodzący rok, przy tak ogromnej audiencji.

www.eventservicegroup.pl