

Ziele

Was Sie mit Ihrer Beteiligung an
Messen und Ausstellungen
erreichen können

Vom Marketing- zum Messeziel

- Ziele einer Messe-Beteiligung sind nicht Primär-Ziele
- Sie leiten sich aus den Marketing-Zielen ab
- Vor der Beteiligungsentscheidung und vor der Formulierung von Messe- und Ausstellungszielen immer die Marketing- Ziele erarbeiten und formulieren

Ohne klare Ziele kein Erfolg

Grund-Aufgabe jeder Messe ist es, Angebot und Nachfrage zusammen zu bringen

Alle weiteren Ziele sind letztlich davon abgeleitet

Es gibt keinen allgemeingültigen Ziele-Katalog

Jedes Unternehmen muss ein eigenes Ziele-Bündel zusammen stellen und diese nach einer individuellen Rangordnung bewerten

Ohne klare Ziele kann es keinen Erfolg geben

Falsch ist es, nach den Maximen zu handeln

Wir sind auf dem richtigen Weg, aber im falschen Wald

Wir wissen nicht, was wir wollen, aber das mit all unserer Kraft

Allgemeine Ziele

- Image-Aufbau und Pflege
- Darstellung des Firmen-Angebots
- Vermittlung fachorientierter vertiefter Information
- Präsentieren des Firmen-Angebots gegenüber selektierten Kundenkreisen
- Fördern und Aktivieren regionaler Vertriebs- Aktivitäten
- Neuanbahnung und Pflege von Kontakten
- Markt- und Konkurrenz-Beobachtung

Konkrete Ziele

- Bekanntmachen der eigenen Angebotspalette
- Produkte einführen und präsentieren
- Kontakte knüpfen und festigen
- Erschließung neuer Abnehmer-Kontakte
- Das Unternehmen bekannt machen
- Erschließung neuer Zulieferkontakte
- Erkennen von Markt-Anforderungen
- Verkauf

Weitere Ziele

- Pflege und Ausbau von Presse-Kontakten
- Suche von Vertriebspartnern
- Gewinnen von Anregungen für die Produkt-Politik
- Informelle Kontakte pflegen
- Mehr Sicherheit im Kunden-Kontakt gewinnen

Die Besucher erreichen

- Finden Sie heraus, was die Kunden wollen
- Beschäftigen Sie sich mit Ihren Kunden
- Orientieren Sie Ihren Messe-Auftritt an den Kundenwünschen
- Die schönste Standgestaltung ist nichts wert, wenn Sie die Kunden nicht erreichen
- Die perfekte Kenntnis Ihrer Produkte ist wichtig
- Aber ebenso wichtig ist die Kenntnis des Bedarfs der Kunden

Ziele der Besucher

- Sich Markt-Übersicht verschaffen
- Neuheiten sehen
- Kontakte zu möglichen Lieferanten suchen
- Sich über die technische Entwicklung informieren
- Problemlösungen finden
- Die Veranstaltung auf den Nutzen für das eigene Geschäft prüfen