

Beurssucces=informatie+relatie

Ruim 83% van vakbeursbezoekers informeert zich voor de beurs inhoudelijk over exposerende bedrijven.

Een greep uit de belangrijkste informatiebronnen:

- Advertenties / Advertorials in vakbladen: 35,8%
 - Redactionele artikelen in vakbladen: 13,9%
 - Internetsites en (beurs) catalogi: 16,4%
- (zie onderzoek Reed Business Information)

Gemiddeld komt 70% van het beursbezoek op basis van een persoonlijke uitnodiging.

Succesfactor	Passieve exposant	Gemiddelde exposant	Actieve exposant
Ontvangen relaties	0-0,5 rel/m ²	0,5-1 rel/m ²	1-4 rel/m ²
Stand attractie	niet	soms	altijd
Noviteiten	niet	soms	altijd
Reclame/promotie	niet	vaak	altijd
Persinformatie	niet	soms	altijd
Marketing	product	bedrijf	imago
Risicoprofiel	defensief	neutraal	lef

Een actieve exposant:

- Ontvangt tot 300% meer nieuwe bezoekers op de stand.
- Maakt gemiddeld 250% meer vervolgspraken. Hierdoor zijn de kosten per ontvangen relatie, per nieuw contact en per lead beduidend lager.

Tips voor na de beurs

Maak, net als het uitnodigingstraject, de follow-up onderdeel van uw beursdeelname. Dit is uiteindelijk bepalend voor het feitelijk rendement voor uw beursdeelname.

Een aantal tips

Leads

- Maak voorafgaand aan de beurs een overzicht van uw prospects en sorteer deze naar volgorde van belangrijkheid.
- Geef tijdens de beurs nieuwe prospects al door aan uw salesafdeling.
- Zorg ervoor dat u ook na de beurs voldoende mankracht heeft om alle leads succesvol af te handelen.

Communicatie

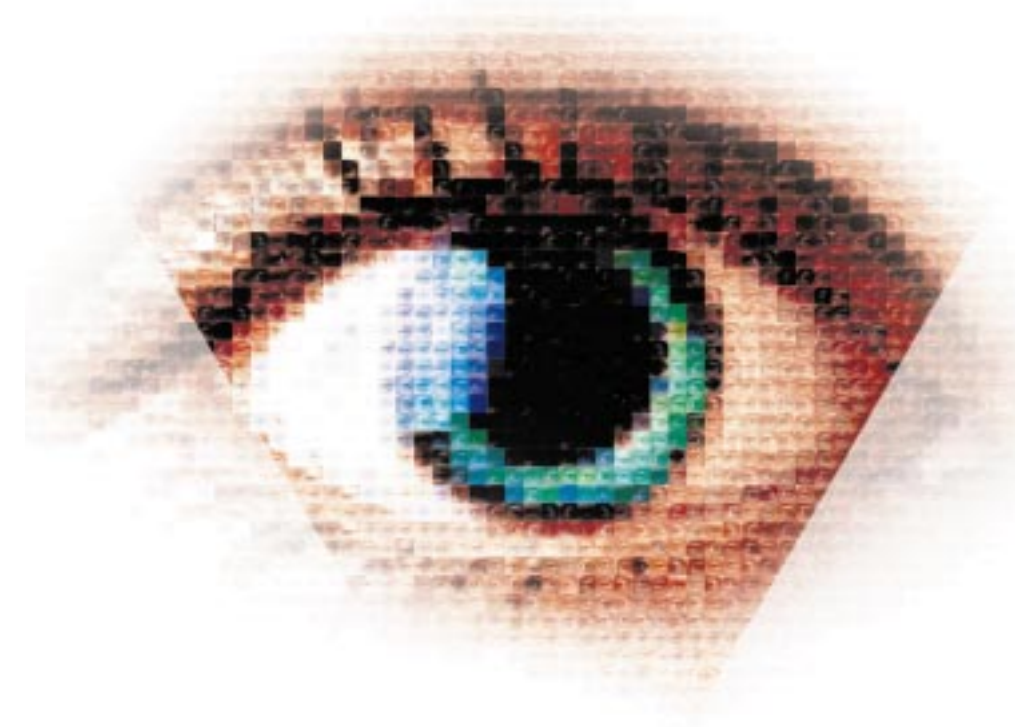
- Maak vóór de beurs bedankbrieven, mailings, informatiesetjes e.d.
- Stuur iedereen die uw stand heeft bezocht 1 à 2 weken na beurs een bedankbrief.
- Maak waar wat u belooft!

Evaluatie

- Evalueer een half jaar na beurs wat het u heeft opgeleverd.
- Heeft uw beursplan gefunctioneerd?
- Zijn uw doelstellingen bereikt?
- Gebruik de resultaten voor uw volgende beursdeelname.

Tips

voor een hogere beursscore



 **vnu exhibitions**
europe

VNU Exhibitions Europe b.v.
Postbus 8800, 3503 RV Utrecht
Telefoon 030 295 2700
Fax 030 295 2701
info@vnuexhibitions.com
www.vnuexhibitions.com

 **vnu exhibitions**
europe
between people

Beursdeelname vraagt om veel praktische voorbereiding. Om niet te vergeten waar het eigenlijk om gaat hebben we hier een aantal tips voor u.

Formuleer uw kwalitatieve en kwantitatieve beursdoelstellingen bij inschrijving

Met uw beursdeelname kunt u meerdere doelstellingen tegelijk realiseren. Stel drie prioriteiten, zoals:

- X aantal nieuwe contacten opdoen in markt X
- X aantal prospects via de beurs tot klant maken
- X aantal vervolgspraken/ leads
- omzet van bestaande klanten met % laten groeien
- versterking van het marktimage
- introductie van nieuw product in markt X
- toelichten productlijn door persoonlijk contact

Formuleer uw specifieke doelgroepen

Wie wilt u specifiek bereiken via de beurs? Markt, branche, bedrijf, functie.

Formuleer uw communicatiestrategie

Hoe gaat u deze doelstellingen bereiken? Door alleen deel te nemen aan de beurs haalt u uw doelstellingen zeker niet. Onderstaande planning helpt u verder:

Direct na de kick-off

Maak uw beursdeelname zoveel mogelijk kenbaar:

- plaats de voorregistratiebutton op uw website
- zet 'bezoek ons op ...' in uw autohandtekening van uw email
- zet op uw website een artikel over uw beursdeelname
- zet de beursbanner op uw homepage
- hang de beursposters op in uw bedrijf
- zet uw beursdeelname op al uw correspondentie
- vul uw catalogusgegevens in
- vul uw persinformatie in op de site
- stuur persinformatie naar vakbladen

Vanaf 8 weken voor beurs

- adverteer in de vakbladen met een verwijzing naar de beurs (kies de beursspecial uit die drie weken voor beurs verschijnt)
- plan de verzending van uw relatiekaarten en verstuur deze 4 weken voor beurs
- monitor uw uitnodigingbeleid via de beursdating module
- maak beursafspraken met voorgeregistreerde relaties
- benader relaties die zich niet hebben voorgeregistreerd nogmaals
- zorg voor persinformatie in het perscentrum

Maak een beursplan

Stel naar aanleiding van bovenstaande punten uw beursplan samen. Denk hierbij ook aan uw sales- en logistieke organisatie. Maak een beursplanning en benoem verantwoordelijken in uw bedrijf. Evalueer na uw beursdeelname.

Benut deze gouden tips voor uw beste beurs ooit:

- Nodig bestaande relaties persoonlijk uit. Ze brengen u meer business en meer nieuwe contacten. Want referenties op uw volle stand helpen uw verkopers beter verkopen. Niet alleen wekt een volle stand vertrouwen, maar ook passanten die op uw stand bekende gezichten zien, lopen naar binnen om elkaar te spreken.
- Vijftig procent van het bezoek komt voor andere bezoekers (netwerken) op de beurs. Dus hoe meer netwerk u heeft in uw stand, hoe sterker uw aansluiting bij de primaire beursbehoefte.
- Verstuur uw uitnodigingen vier weken voor beurs, dit maximaliseert uw respons. Verstuur zo veel mogelijk relatiekaarten: 150 relatiekaarten per 10m² standoppervlak.
- Beurscontact is het overbrengen van gevoel, energie, plezier, ideeën en initiatief: want de kracht van persoonlijk contact zit 'm in gunnen. Steek daarom tijd in motivatie van uw standbemanning, uiteindelijk moeten zij voor u scoren.
- Via de beursdating module kunt u de effectiviteit van uw uitnodigingsbeleid monitoren. Relaties die zich nog niet hebben voorgeregistreerd, kunt u benaderen om dat alsnog te doen. Relaties die zich wel hebben voorgeregistreerd kunt u persoonlijk uitnodigen voor een afspraak op uw stand, dit verhoogt de kans op beursbezoek. De ervaring leert dat 80% van de relaties waarmee u een afspraak maakt ook daadwerkelijk op de stand komt.
- Zorg dat u de verwachting van uw bezoekers overtreft.
- Zorg voor voldoende standbemanning (zie website voor leadbepaling).
- Maak voor de beurs alvast een aftersalesplan, want daar ligt de feitelijke kern van uw beurssucces.

Voorkom de drie grootste valkuilen:

- Teveel aandacht voor standbouw en logistieke problemen en té weinig aandacht voor bezoekerswerving.
- Teveel (of alleen maar) aandacht voor nieuwe contacten zijn gemiste kansen om bestaande business te laten groeien.
- Teveel producten in de stand en té weinig focus op echt zichtbaar nieuws voor de klant.

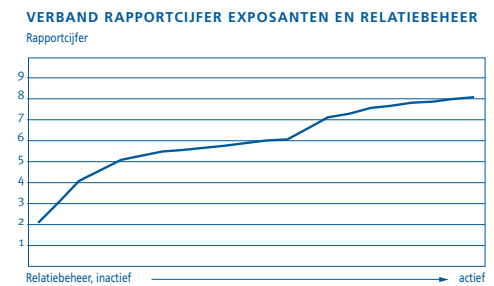
Bezoekersmarketing

Wie ontvangen de meeste nieuwe relaties?

Gemiddeld ontvangen actieve exposanten (die de meeste bestaande relaties uitnodigen) ook de meeste nieuwe relaties.

Welke exposanten zijn het meest tevreden over hun beursdeelname?

Actieve exposanten (die veel uitnodigingskaarten versturen naar bestaande en toekomstige klanten) geven veel hogere tevredenheidscijfers (tot vol punt verschil).



Waarom wordt de ene stand steeds voller en de andere steeds leger?

- Het zien van een bekende in uw stand wekt vertrouwen bij potentiële relaties en nodigt uit tot het binnenlopen van de stand.
- Een lege stand heeft net als een leeg café een hoge drempel voor passanten (= potentiële nieuwe contacten).
- Exposanten met actief relatiebeheer scoren tot drie keer zoveel nieuwe contacten als degenen die geen relatiekaarten hebben verstuurd.
- Gemiddeld hebben exposanten met een actief relatiebeheer met 25% van de nieuw gelegde contacten een directe vervolgspraak. (bij exposanten zonder actief relatiebeheer is dit slechts 15%)

Hoe voorkom ik een lege stand?

- Zorg ervoor dat u in totaal 1,5 meer eigen relaties ontvangt dan uw stand groot is.
- Maak telefonisch of via uw salesteam beursafspraken, dit verhoogt de bezoekkans aanzienlijk!
- Zorg ervoor dat uw stand het visitekaartje is van het bedrijf, dus overzichtelijk, uitnodigend, goede productopstelling etc.

Nodig de hele dmu uit. Een belangrijke beslissing wordt nooit door de manager alleen genomen.

TIP

Op welk moment moet ik mailen?

- Een mailingstrategie bepaalt voor 70% uw beursresultaat.
- Het ideale tijdstip waarop een klant uw mailing zou moeten ontvangen is 3 à 4 weken voor de eerste beursdag.
- De gemiddelde respons ligt op 12,5%. Een te laat verzonden mailing respondeert aanzienlijk slechter!
- Een persoonlijke uitnodiging verhoogt de respons!
- Richtlijn voor het aantal te versturen relatiekaarten: voor elke 10m² standoppervlakte zou u circa 150 uitnodigingen moeten versturen.

Kijk op de beursite voor uw eigen berekening incl. het aantal leads dat u kunt verwachten.

TIP