

شرکت در نمایشگاه



اکیانوس آبی
آغاز زندگی، حرفه‌ای یک برند...



مزیت های شرکت در نمایشگاه

تیم تحریریه اکیانوس آبی

تکنیک دیگری که می‌توانید برای افزایش فروش از آن استفاده، شرکت در نمایشگاه است. برگزاری نمایشگاه یکی از روش های موثری هست که خیلی در داخل کشور به آن توجه نمی شود و نگاه به نمایشگاه اشتباه است و معمولا به بی فایده بودن نمایشگاه اشاره می شود. در بعضی موارد نیز نمایشگاه به صورت غیر حرفه ای برگزار می شود و نه تنها سودی ندارد بلکه ضرر هم دارد.

۱ – افزایش فروش

نمایشگاه تا ده درصد باعث افزایش فروش می شود. ولی مزیت هایی دیگری دارد که می‌توانید از آنها برای بهبود کسب و کار خود استفاده کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

۲- بررسی رفتار مصرف کننده

یکی از مزیت‌ها اینست که در نمایشگاه می‌توانید رفتار مصرف کننده خود را بررسی کنید. شما می‌توانید تحقیق کنید که کدام یک از محصولات شما مورد تایید و توجه مشتریان قرار می‌گیرد و فروش و محبوبیت بیشتری دارد.

۳- مراجعه تامین کننده ها

مزیت سوم نمایشگاه اینست که یکسری تامین کننده ها سراغ شما می‌آیند و به شما پیشنهاد می‌دهند که از محصولات آنها استفاده کنید. چه بسا که محصولات با کیفیت بالاتر و قیمت مناسب‌تر به شما پیشنهاد می‌دهند.

۴- قوی تر شدن برند

مورد چهارم، قوی تر کردن برند شما از طریق شرکت در نمایشگاه است. معمولاً برند هایی که در نمایشگاه شرکت می‌کنند در نظر عموم مردم از قدرت نسبتاً بالاتری برخوردار هستند.

۵- تامین نیرو

پنجمین مزیت، تامین نیرو است. بسیاری از مواقع نیروهایی که برای مثال بازاریابی محصولات را قبلاً انجام میدادند، به شما مراجعه کرده و پیشنهاد همکاری می‌دهند.

ششمین مزیت شرکت در نمایشگاه، تحلیل رقبا است. وقتی در نمایشگاه شرکت می‌کنید، با بررسی رقبا متوجه می‌شوید که چه مزیت‌های رقابتی بین شما و آنها وجود دارند و نظر مخاطبان در مورد محصولات دو طرف چیست و چگونه شما را مقایسه می‌کنند. این بازخورد ها به شما کمک می‌کند که تحلیل خوبی برای پیشرفت کسب و کار خود داشته باشید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



۶- جمع آوری بانک اطلاعاتی

نمایشگاه به شما کمک می کند که بانک اطلاعاتی از مشتریان را بدست آورید و بعد از آن بتوانید با آنها ارتباط برقرار کنید و آنها را به سمت خودتان دعوت کنید.

نمایشگاه ها را صرفا به چشم ابزاری برای فروختن نگاه نکنید. البته این را در نظر بگیرید که نمایشگاه های مختلف، متفاوت هستند و بستگی به فرهنگ نمایشگاهی آن شهر دارد. قبل از اینکه در نمایشگاه شهر دیگری شرکت کنید، باید در مورد نحوه ی برگزاری نمایشگاه، برگزار کننده ی آن و فرهنگ مردم آن شهر در شرکت در نمایشگاه تحقیق کنید و آن را تحلیل کرده و تصمیم گیری کنید.

نمایشگاه صرفا گرفتن غرفه و گذاشتن یک یا دو نیرو برای صحبت با افراد مختلف نیست. نمایشگاه به طور خلاصه سه مرحله ی کمپین دارد. کمپین قبل از نمایشگاه که یک برهه ی زمانی لازم است که اطلاع رسانی شود و یک عاملی پیشنهاد بدهید که مردم ترغیب شوند و در نمایشگاه شرکت کنند و از غرفه ی شما دیدن کنند. دوم کمپین حین برگزاری نمایشگاه و سوم کمپین بعد از نمایشگاه. اگر این سه مرحله ی کمپین را در نظر نداشته باشید، بسیاری از مواقع بازخورد لازم را از نمایشگاه دریافت نخواهید کرد. اجرای این سه کمپین، بازدهی شرکت در نمایشگاه را تا ده برابر افزایش می دهد.