

Dlaczego warto brać udział w targach?

data aktualizacji: 2019.05.17



Fot. Piotr Łukaszewicz

Pracodawco, zastanów się przez chwilę, ile otrzymujesz wiadomości dziennie? Jak długo trzymasz słuchawkę telefonu przy uchu i jak często sprawdzasz pocztę? A teraz pomyśl, ile poznałeś osób, zdobyłeś informacji, podpisałeś kontraktów podczas rozmowy bezpośredniej? Okazuje się, że wydarzenia branżowe dają więcej możliwości zaprezentowania firmy, produktów, usług, a także uzyskania nowych kontaktów biznesowych.

Przeanalizujemy temat na przykładzie branży transportowej. Oto wnioski Ogólnopolskiego Centrum Rozliczania Kierowców,

Mówi się, że udział w targach to najskuteczniejsza metoda zdobywania klientów, zaraz po reklamie internetowej. Harvard Business Review potwierdza - 52% badanych osób pracujących w kadrach zarządzających różnych firm przyznaje, że działania promocyjne związane z wydarzeniami branżowymi przynoszą więcej korzyści biznesowych niż inne narzędzia marketingowe.¹ Najnowszy raport State of B2B Event Marketing wskazuje, że znaczenie spotkań przedsiębiorców, specjalistów, klientów związanych z daną branżą będzie coraz większe (81%). 3/4 respondentów przyznaje też, że wykorzystują tego typu eventy do wzmacniania zaangażowania konsumentów w życie firmy lub produktu.

Pytania o przyszłość

Czy ponad 400 przedsiębiorców i menedżerów z całego świata może się mylić? Zapytani, jak oceniają

organizację i uczestnictwo marek w eventach dedykowanych danemu sektorowi gospodarki teraz i w przyszłości, odpowiadają solidarnie:

„Wydarzenia branżowe są najlepszym sposobem na generowanie tzw. leadów [czyli pozyskiwanie kontaktów do potencjalnych klientów - przyp. red.]. To znakomita okazja do angażowania swoich klientów w życie produktu, do spotkania się z osobami, które produkt znają, do poznania ich opinii, zrozumienia ich”.

Takie wnioski płyną z raportu „Event Marketing Benchmark&Trends 2018”. Jednocześnie respondenci przyznają, że technologie mogą mieć bardzo duży wpływ na odniesienie sukcesu dużego eventu (86%). Obecności oraz działań w Internecie nie da się wykluczyć. Jednak obserwacje rynku oraz prace badawcze nie pozostawiają wątpliwości – potencjał wydarzeń branżowych nie jest wyczerpany – również w transporcie. Co więcej, takie spotkania profesjonalistów w wybranej dziedzinie są coraz bardziej doceniane i rozwijane zarówno przez firmy, jak i uczestników. Warto zauważyć, że polski sektor TSL także ma liczne okazje do kontaktów podczas konferencji, targów, wystaw oraz szkoleń. Jak wynika z raportu Polskiej Izby Przemysłu Targowego w Polsce co roku ma miejsce ponad 200 wydarzeń, w których bierze udział blisko 30 tys. wystawców i ponad 1,3 mln zwiedzających.

Eksperci OCRK zwracają uwagę na trzy główne korzyści wynikające z udziału w tego typu wydarzeniach. Po pierwsze to możliwość poznania trendów, które rządzą rynkiem lub prognoz, jak będzie się on rozwijał w przyszłości.

Po drugie pracownicy, którzy regularnie uczestniczą w eventach branżowych, silniej angażują się w swoją pracę. Po trzecie targi pozwolą na nawiązanie cennych i nowych relacji biznesowych. To też znakomity moment i miejsce, by poznać obecnych i przyszłych konkurentów, a także porozmawiać ze swoimi klientami/odbiorcami.

Dla przedsiębiorcy - uczestnika wydarzenia branżowego to szansa zaprezentowania swojej firmy.

Dodatkowo na przykład eksperci OCRK często prowadzą prelekcje, szkolenia lub biorą udział w panelach dyskusyjnych. To darmowy dostęp do wiedzy specjalistycznej oraz możliwość zebrania informacji o rynku, ofertach, porównania cen i nawiązania współpracy. Warto zaznaczyć, że najnowsze badania wskazują wyraźnie – kolejne lata to przede wszystkim budowanie relacji – spotkań bezpośrednich, rozmów i wymiany myśli.

Dla odwiedzających wizyta powinna przynieść wymierne korzyści dla biznesu.

Co to może być w sektorze TSL? To między innymi wiedza na temat nowych technologii w transporcie drogowym, najnowsze i sprawdzone informacje o nowych regulacjach prawnych czy przepisach prawa pracy. Eksperci najczęściej przekazują aktualną i rzetelną dawkę wiadomości o nowościach rynkowych, a także zagrożeniach i szansach dla przewoźników w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu gospodarczym w Polsce i w krajach członkowskich Unii Europejskiej. Wydarzenia branżowe tworzone są z myślą o dzieleniu się doświadczeniami i budowaniu relacji z klientem, konsumentem, partnerem, a nawet konkurencją, dlatego zespół OCRK regularnie w nich uczestniczy. Do zobaczenia.