

Оценка эффективности выставочной деятельности

В наш век инновационных технологий информация служит довольно мощным инструментом для реализации собственных проектов. Условия современной экономики диктуют свои правила.

Чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке продаж, нужно правильно предоставлять информацию о себе и своем предприятии.

Главная задача – правильно подать информацию. И сделать это нужно так, чтобы она дошла до целевой аудитории. Над поставленной задачей работает система маркетинговых коммуникаций.

Одной из таких маркетинговых систем являются выставки. Они служат отличным способом продвижения различных технологий, услуг и товаров как на внешнем, так и на внутреннем рынке, дают возможность расширить границы своего бизнеса и быть осведомленным о работе конкурентов.

Выставки – универсальный вид маркетинговой деятельности, так как реализуют большое количество поставленных задач и целей, которые при грамотной постановке можно реализовать с большой выгодой.

Цель экспозиции:

- Демонстрация достижений производства;
- Сбор информации о рынке продаж;
- Поиск партнеров и представителей;
- Презентация своей продукции;
- Поиск потенциальных покупателей.

Оценка экономической эффективности выставочной деятельности

Отталкиваясь от поставленных целей, мы приходим к главному вопросу: «**Как правильно произвести оценку эффективности выставочной деятельности?**».

Сегодня мы можем разобраться в сложившейся ситуации и сделать определенные выводы из информации, накопленной и собранной за последние годы, с помощью исследований специалистов.

Оценка эффективности выставочной деятельности реализуется:

- В экономической эффективности;
- В эффективности персонала;
- В степени достижения целей;
- В количественном и качественном составе.

Экономическую эффективность оценивают после подсчетов продаж или количества успешно заключенных договоров во время выставки.

Анализ достижения целей выставки определяют с помощью экономической оценки. Достижение целей можно измерить в процентах посредством опроса всех участников выставки.

Опрос должен определить, какие цели преследует предприятие, принимая участие в выставке.

Оценку эффективности выставочной деятельности рассчитывают, исходя из количественного и качественного состава лиц, посетивших стенд. Количество посетителей определяют по журналу, который ведется во время работы всей выставки.

Чтобы рассчитать качественный состав людей посетивших ваш стенд, нужно узнать, сколько было привлечено новых посетителей на протяжении всей выставки, сколько из них лица с коммерческим интересом и во сколько фирме обошлось участие одного посетителя.

На основе анализа положительных результатов и допущенных ошибок оценивают качество работы персонала и его эффективность работы на выставке.

Чтобы правильно организовывать, регулировать и контролировать сбытовую деятельность, необходим постоянный анализ результатов работы предприятия по реализации продукции.

Исходя из данного анализа, нужно иметь в виду, что одного сценария для всех организаций быть не может. Будь то маленькая или большая промышленная компания, не существует единственного и достоверного инструмента для оценки эффективности выставочной деятельности.

Все, что можно рассматривать, – это уже изученные и проверенные методики. Нужно помнить, что каждый случай универсален и требует индивидуального подхода в выборе стратегии, для повышения эффективности выставочной деятельности.

Участие в выставках – это хороший способ заявить о своем предприятии. Среднее посещение во время проведения выставки – более 10 тысяч людей. Многие из пришедших на выставку заинтересованы в заключении выгодных контрактов.

Помимо этого выставки дают возможность узнавать о новых технологиях и разработках, познакомиться с новинками конкурентов, лучше понимать рынок и свою целевую аудиторию.

Полученные данные помогают лучше использовать новые технологии, дают возможность спрогнозировать спрос на продукцию, что сделает ее более конкурентоспособной.

Выставка – это одно из наиболее эффективных и надежных инструментов маркетинга. Эффективность выставочной деятельности зависит от множества факторов.

Во-первых, чтобы добиться нужного эффекта от мероприятия, необходимо выполнить следующие действия:

- Подобрать необходимую площадку под салон или стенд, обеспечить его комплексное оборудование;
- Красиво и ярко оформить экспозиционный стенд;
- Обеспечить работу СМИ на мероприятии;
- Предоставить печатные материалы с рекламой участникам и посетителям экспозиции;
- Определить достойные образцы изделий для экспонирования;
- Предоставить компетентный персонал для работы на стендах.

Цели выставочной деятельности

Для того чтобы добиться оптимального результата от выставочного мероприятия, необходимо определить основные цели участия в экспозиции.

Как правило, все цели сводятся к трем основным группам:

- Маркетинговые (исследование, мониторинг рыночного сегмента и спроса покупателей);
- Имиджевые (создание и оптимизация имиджа компании-производителя);
- Рыночные (поиск потенциальных клиентов и партнеров по бизнесу).

Эффективность выставочной деятельности во многом зависит от масштаба и специализации мероприятия.

При разработке стратегии компании на экспозиции необходимо определиться, в каких отраслевых салонах нужно принимать участие, а в каких нет.

Ключевые критерии выбора экспозиций и оценка эффективности

- История реализации и популярность мероприятия;
- Количество и структура экспонентов;
- Число и состав потенциальных клиентов;
- Маркетинговая концепция раскрутки выставки (специфика PR-кампании, количество рекламных материалов);
- Способы экспонирования в выставке (размещение рекламы, печать информации в брошюрах, буклетах, каталогах, участие в деловых встречах, собраниях, конференциях).

Эти критерии помогут определиться с подходящей выставкой, которая обеспечит эффективное продвижение компании.

Основной функцией выставки является презентация товаров и услуг экспонента с дальнейшей возможностью продвижения компании.

Особенности экспозиционной работы включают в себя осуществление множества задач и целей, которые требуют наличия большого штата работников и эффективного выполнения работ на всех уровнях.

Выставочный показ является одним из эффективных способов демонстрации и развития разработок и достижений в промышленной, социальной, научной и экономической сфере предприятий, регионов и стран.

Экспозиции, которые демонстрируют большому количеству людей экономические, научные, производственные достижения, играют главную роль в развитии современного общества.

Эффективность выставочной деятельности заключается в том, что она предоставляет информацию о товарах и услугах и их преимуществах. С ее помощью так же демонстрируются наиболее приоритетные направления жизнедеятельности общества.

Выставки являются картиной, показывающей происходящее в конкретной отрасли, важной информационной базой, которая обеспечивает прогнозирование изменений на рыночной площадке. Экспонирование в мероприятии необходимо компаниям для создания эффективных маркетинговых процессов, которые влияют на продвижение предприятия в целом