

1 SITUATIE

Beurzen en tentoonstellingen (B&T) hebben zich ontwikkeld tot een volwassen, niet te verwaarlozen communicatiemedium. Beurzen en tentoonstellingen bieden als enig medium de mogelijkheid om het gebodene tegelijkertijd te kunnen zien, proeven, ruiken, voelen, horen, of wat ook maar van toepassing is, terwijl tegelijkertijd ook het aanbod van concurrenten kan worden bekeken. Beurzen bieden een breed scala aan mogelijkheden: demonstraties, videopresentaties, vergelijkende tests, verspreiding van folders en brochures, verkopen, offereën, marktonderzoek en concurrentieanalyse. Het is dan ook geen wonder dat voor vele bedrijven B&T een krachtig en onmisbaar communicatie-instrument is.

Krachtig, maar ook kostbaar, omdat beursdeelname een forse aanslag op het budget kan betekenen. Niet alleen de huur van de expositieruimte, standbouw en standbemanning kunnen flink lopen oplopen, ook de kosten van hotelovernachtingen, catering, promotiemateriaal en mailings moeten worden meegerekend. Al met al is beursdeelname een stevige inspanning in termen van geld en moeite.

In de praktijk is deelname aan beurzen en tentoonstellingen voor vele bedrijven een vast ritueel. Men exposeert uit gewoonte, omdat men niet weg wil blijven, omdat er wellicht vreemde geruchten zouden ontstaan, als men een jaar verstek laat gaan. Dit geldt vooral voor de zogenoemde vakbeurzen, waarbij exposanten zich richten op zakelijke afnemers uit handel en industrie. (De tegenhanger van een vakbeurs is een zogenoemde publieksbeurs, maar deze zijn veel geringer in aantal).

Daarom is het des te opmerkelijk dat voor veel bedrijven beursdeelname eerder een kwestie van gewoonte is, dan onderdeel van een bewuste communicatiestrategie. Uit onderzoek blijkt dat het rendement van beursdeelname aanzienlijk kan worden verbeterd, als de voorbereiding professioneel en planmatig wordt aangepakt en beursdeelname een structureel onderdeel vormt van het marketing- en communicatiebeleid.

Hieronder volgt een test om eens te verkennen hoe planmatig en professioneel u omgaat met de deelname aan vakbeurzen en vaktentoonstellingen.

2 TEST

Hieronder vindt u een aantal stellingen die betrekking hebben op deelname aan beurzen en tentoonstellingen. Omcirkel bij iedere stelling een van de volgende woorden: 'Altijd', 'Meestal', 'Soms', of 'Nooit'.

- | | | | | | |
|---|--|--------|---------|------|-------|
| 1 | Voordat wij besluiten aan een beurs deel te nemen, controleren we of de (potentiële) beursbezoeker ook daadwerkelijk binnen onze doelgroep valt. | Altijd | Meestal | Soms | Nooit |
| 2 | Voor iedere beursdeelname formuleren wij vooraf expliciete, bij voorkeur meetbare doelstellingen. | Altijd | Meestal | Soms | Nooit |

3	Uiteraard streven we naar orders en offertes, maar daarnaast proberen wij tijdens de beurs ons ook een beeld te vormen van de marktvraag: de wensen en behoeften van de (potentiële) klanten, hun koopgedrag en dergelijke.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
4	Een beursdeelname betekent voor ons dat we vooraf een gedetailleerd beursplan (inclusief doelstellingen, budget, actiepunten) opstellen.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
5	Onze beursdeelname gaat gepaard met een promotionele inbedding, waarbij marketingcommunicatie-instrumenten zoals advertenties, billboards en commercials worden ingezet voor de werving van bezoekers.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
6	Onze vaste relaties ontvangen een (gratis) uitnodiging voor de beurs.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
7	Voor iedere beursdeelname zorgen we dat tijdig persberichten met informatiepakketten aan de relevante media worden verstuurd.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
8	Wij maken zo veel mogelijk gebruik van informatie die ons door de beursexploitant ter beschikking wordt gesteld, zoals tips, bezoekersprofielen, cursussen en voorlichtingsbijeenkomsten.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
9	Onze standbemanning wordt zorgvuldig geïnstrueerd en getraind.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
10	Een stand bemannen is fysiek gezien een stevige belasting; we dragen ervoor zorg dat het hen aan niets ontbreekt en dat eten, drinken, slapen en pauzeren goed geregeld zijn.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
11	Een van de eisen die we aan het standontwerp stellen, is dat er een afgescheiden ruimte is om in alle rust met relaties te kunnen spreken.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
12	Wij zorgen ervoor prominent op de beurs aanwezig te zijn, bijvoorbeeld met een gastspreker op een congres of seminar dat de beurs wordt gehouden.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
13	We nemen deel aan bezoekersonderzoek, als dat door de beursorganisator of door derden wordt uitgevoerd.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
14	We meten zelf aantallen en hoedanigheid van de bezoekers die onze stand aandoen.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
15	Leads, potentiële klanten en potentiële opdrachten worden geregistreerd.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit

16	Bovengenoemde leads en potentiële klanten en opdrachten benaderen we met een 'follow up'-actie na de beurs.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
17	Na de beurs evalueren we de beursresultaten met alle betrokkenen.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
18	Onze standbemanning en andere personeelsleden die direct betrokken zijn bij de beursdeelname ontvangen een bedankbrief met een 'aardigheidje' als blijk van waardering.	Altijd	Meestal	Soms	Nooit

3 DIAGNOSE

Altijd:	X 6 = punten
Meestal:	x 4 = punten
Soms:	x 2 = punten
Nooit:	=	0 punten
Totaalscore:		 punten

Tel het aantal keren dat u 'Altijd' hebt omcirkeld, en vermeldt dat in bovenstaande tabel. Doe hetzelfde voor 'Meestal', 'Soms', en 'Nooit'.

Voor iedere 'Altijd' die u hebt omcirkeld krijgt u 6 punten. Voor iedere 'Meestal' 4 punten. Voor iedere 'Soms' 2 punten en voor 'Nooit' ontvangt u geen punten. Tel vervolgens het aantal punten bij elkaar op, en u hebt uw totaalscore.

4 ADVIES

U scoorde van 0 tot en met 45 punten?

Beursdeelname lijkt voor u een soort rituele bezwering: het is onmogelijk om het achterwege te laten, maar het blijft voor u een sinister gezelschapspel met hoge kosten en niet te managen uitkomsten. De stellingen suggereren dat het ook anders kan. Neem ze ter harte, en probeer de 'Nooit'-scores om te zetten in 'Soms', en de 'Soms'-scores in 'Meestal'. Begin met na te denken over wat u wilt bereiken met B&T-deelname; wat zijn u doelen en welke aanpak past daarbij? Tip: lees het boek van Martin van Schaik (zie Verwijzingen).

U scoorde van 46 tot en met 63 punten?

U behoort tot de grote categorie die wel weet dat beursdeelname beter georganiseerd kan worden, maar door drukte of andere redenen komt u er niet toe. En dat is jammer, want u hoeft slechts op onderdelen te verbeteren, of de dingen die u thans maar eens af en toe doet, nu tot beleid verklaren

en voortaan altijd te doen. Uw scores geven direct aan waar uw verbeterpunten liggen. Gebruik deze om uw prioriteiten te bepalen. Maak van de 'Soms'-scores 'Meestal', en van 'Meestal' 'Altijd'. Door zo veel mogelijk te structureren en vast te leggen in draaiboeken en checklists zult u ontdekken dat er steeds minder discipline nodig is, en dat uw 'standaardaanpak' voor iedereen een vaste gewoonte wordt. Wilt u meer details weten, bezoek dan de website van ECBM (zie Verwijzingen).

U scoorde van 64 tot en met 108 punten?

U behoort tot de meer professionele exposanten. Waarschijnlijk neemt u regelmatig deel aan beurzen en tentoonstellingen, die een belangrijk communicatiemedium vormen voor uw bedrijfstak. Voor u zit de verbetering vooral in het zetten van de puntjes op de i. Probeer de discipline vast te houden, want u weet heel goed hoe u het zou moeten doen. Let vooral op uw 'Soms' en 'Meestal' scores voor de verbeterpunten.

5 VERWIJZINGEN

Boeken

Renderend exposeren, Martin van Schaik, Hollandia Publishing, 1995

Een handzaam en beknopt boekje dat een prima handleiding biedt voor de praktijk. Onmisbaar voor een ieder die de deelname aan een beurs of tentoonstelling goed voorbereid en effectief wil doen verlopen.

Praktijkhandboek voor communicatief exposeren, T. Schot, Kluwer, 1985

Het eerste handboek in Nederland op het gebied van exposeren en alom gewaardeerd als een klassieke publicatie. Wellicht wat gedateerd, maar nog steeds zeer volledig.

Het vakbeursbezoek verklaard, Karoline Wiegerink, Erasmus Centrum voor B&T Marketing, 2002

Een zeer gedegen onderzoek naar het gedrag van vakbeursbezoekers. Met expliciete beleidsaandachtspunten voor exposanten en beursorganisatoren.

Websites

www.few.eur.nl/few/transfer/ecbm.htm

Dit is de website van het Erasmus Centrum voor B&T Marketing. Dit onderdeel van de Erasmus Universiteit houdt zich bezig met onderzoek, onderwijs, publicaties en documentatie op het gebied van beurzen en tentoonstellingen. Een uitgebreid documentatiecentrum staat eenieder ter beschikking.

www.rai.nl

De website van de RAI, met verwijzingen naar vakbladen, congresorganisatoren, audiovisuele dienstverlening, enzovoorts.