

Miks minna messile?

24.01.2017

Messid on kallid, kohest kasu ei pruugi märgata, garantiid pole 😊.

Kahte liiki messid:

- 1) ärimessid B2B, näiteks Tallinna toidumess, Riia toidumess jne,**
- 2) eeskätt lõpptarbijale suunatud messid, näiteks Maamess, Sööma!, Grüne Woche jne.**

Mess on võimalus kohtuda silmast silma inimestega, kellega on suheldud kirja/telefoni teel.

Mess on võimalus läbi viia uue toote testimist üsna väheste kuludega.

Kõik algab siiski oma äriplaanist ja tegevuse eesmärgist!

Sammud:

- 1) eesmärk,
 - 2) strateegia,
 - 3) suhtlus,
 - 4) kontaktid,
 - 5) degusteerimine/testimine/
turu-uuring,
- 1) müük messil,
 - 2) tagasiside,
 - 3) kuidas edasi,
 - 4) uued partnerid ...



Kas eesmärk sai täidetud?

Haloo, ma lähen messile! Kohtume seal!

- ristturundus,
- kõikvõimalikud kommunikatsiooniviisid: e-post, sotsiaalmeedia, LinkedIn, koduleht, telefon ...
- rollide jaotus,
- messiboks ja selle kujundus, ettevõtte silt või tunnuslause – pilk peab jääma peatuma!,
- turundusmaterjalid, trükised,
- suhtlemine ja toodete esitlus (räägi ise, ära kasuta võõrast tööjõudu),
- registreeri oma leti juures käinud kliendid (kes on tegelikult sinu klient?),
- meediakajastus (püüa sattuda kaamera ja mikrofoni ette 😊),
- kokkuvõtete tegemine, analüüs, mida järgmine kord paremini teha.

Mõtle, kas ja kui palju sa hoiad kokku aega ja vaeva, kui kõiki asju eraldi teha ...



**Mess on koht,
kus tuleb eristuda!**