

ВЫСТАВКА КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Виды маркетинговых взаимодействий на выставке:

1. маркетинг с глазу на глаз;
2. концентрированный маркетинг;
3. экономически эффективный маркетинг;
4. многоцелевой маркетинг;
5. рациональный маркетинг.

Ценность и важность проведения маркетинговых исследований на рынке состоит в том, что они позволяют:

1. оперативно получить первичную информацию о покупателях, поставщиках, конкурентах, посредниках, инвесторах и т. д.;
2. быстро уточнить вторичную информацию по интересующим объектам;
3. прогнозировать тенденции изменений на рынке товаров и услуг;
4. оценивать и отслеживать динамику изменений разнообразных показателей с той периодичностью, с которой проходят выставки;
5. сконцентрировать свое внимание на изучении перспективных сегментов рынка.
6. особо отметим, возможность проведения многоцелевых опросов и анкетирование. Эти исследования помогают одновременно получить необходимую информацию от многих респондентов сразу по большому количеству товаров и услуг.
7. выставка – уникальное место, где с очень высокой точностью можно выделить целевые сегменты и провести замеры их параметров.