

Centro de Pesquisa da Indústria de Exposições

Métodos eficazes para a Promoção aos visitantes

Parte I: Organizadores da Exposição

Índice

Características de todos os organizadores de exposições entrevistados	1
Atitudes em geral para a promoção da participação	2
Principais conclusões	3
A. Atividades de marketing atuais	3
B. Técnicas de marketing mais eficazes	3
C. Técnicas de marketing mais ineficazes	4
D. Ferramentas de marketing online	5
10 principais conclusões interessantes dos organizadores de exposições	6
Conclusão	6
Agradecimentos	7

De modo a validar estatisticamente os métodos mais eficazes para a promoção ao visitante de uma exposição, foi realizada uma pesquisa no primeiro trimestre de 2009, entre os organizadores da exposição e expositores. Os resultados neste relatório, o primeiro de uma série de duas partes de descobertas, são baseados em respostas de organizadores de exposições. São identificadas práticas que estão sendo utilizadas pelos organizadores de exposições como meio de aumentar a participação e diminuir o atrito.

Tipos de promoções e as melhores práticas utilizadas pelos expositores para aumentar a frequência ao seus stands serão analisados num relatório posterior do CEIR.

Características de todos os organizadores de exposições entrevistados

Tipo de negócios

Proprietários de exposição com fins lucrativos,	38%
Associação sem fins lucrativos,	57%
Evento corporativo mgmt,	5%

Tipo de eventos produzidos

Comércio / B2B,	78%
Consumidor,	7%
Ambos,	15%

Os resultados desta pesquisa são baseados em 483 inquiridos organizadores de exposições de diferentes setores.

A representação das indústrias foi bem distribuída, com os serviços profissionais, bens de consumo e cuidados médicos representados cada um por 13% dos entrevistados organizadores de exposições, a construção civil por 10% e todas as outras indústrias representadas por 9% ou menos dos participantes.

Métodos eficazes para a Promoção aos visitantes, Parte I: Organizadores de Exposições

Atitudes em geral para promover a participação

MAIS DE 8 EM CADA 10 ORGANIZADORES DE EXPOSIÇÕES CONSIDERAM QUE AS PARCERIAS COM OS EXPOSITORES SÃO FACTORES CRITICOS DE SUCESSO DAS SUAS FEIRAS.

O estudo constatou que mais de oito em cada 10 organizadores de exposições consideram que as parcerias com os expositores são fatores críticos de sucesso das suas feiras. Os dados do estudo também indicam que o uso de mais do que uma publicidade ou veículo de promoção é um fator crítico para a bem sucedida conquista da participação.

As conclusões do estudo indicam que o mercado é dividido entre aqueles que acreditam principalmente em métodos tradicionais de marketing - especialmente o correio direto - contra aqueles que apoiam principalmente marketing online. Quase 4 em cada 10 entrevistados afirmam que atualmente utilizam totalmente o marketing on-line. Mais de 50% dos entrevistados acreditam que em três anos o marketing será totalmente on-line. No entanto, 4 em cada 10 acreditam que enquanto o on-line é mais barato, também é menos eficaz, e que correio direto ainda é o método mais fiável de marketing.

De forma a identificar quantos inquiridos tendem a ser inovadores ou retardatários, quando se trata de marketing para os participantes, uma série de questões relacionadas com as atitudes foram perguntadas aos entrevistados. "Inovadores" tendem a ser os primeiros a implementar e testar novas soluções promocionais, enquanto o "early adopters" frequentemente adotam novas soluções no início, mesmo que não sejam os primeiros a experimentá-las. Com base nas respostas a estas perguntas, organizadores de exposições consideram-se relativamente progressistas na adesão a novas soluções de marketing para o participante.

Organizadores de Exposições' Atitude Rumo à adesão a novas soluções de marketing para o participante.

Adesão Média segundo o Modelo do Ciclo de Vida

Inovadores	25%
Early adopters	39%
Maioria inicial	14%
Maioria tardia	13%
Retardatários	9%

Entre os entrevistados do estudo, os organizadores de eventos corporativos foram os mais otimistas sobre a adesão de métodos de marketing online com 72 por cento relatar que as suas ações marketing para participante serão feitas quase inteiramente através de métodos eletrônicos em três anos.

Entrevistados, cuja maior mostra representam governo, serviços públicos e sem fins lucrativos, juntamente com o setor de comunicações e TI, são mais prováveis do que outros a concordar que as suas ações de marketing para participante são atualmente feitas quase na totalidade online.

Para obter uma cópia completa deste relatório, faça login em:

www.ceir.org