

مقدمه





چرا برای تبلیغات، برندینگ و افزایش فروش باید در نمایشگاه ها شرکت کنیم؟

از بین تمام ابزارهای بازاریابی، نمایشگاه‌ها بیشترین کارکرد را در توسعه بازار و گسترش فضای کسب و کار دارند.

نمایشگاه‌ها شکلی از ترویج محصول هستند چرا که به شرکتها این امکان را می‌دهند تا تحقیقات بازار را انجام دهند و خود را ترویج کنند.

مزیت های حضور در

نمایشگاه عبارتند از:

حفظ بازار و مشتریان قبلی

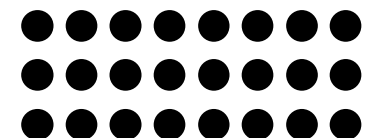
جذب بازار هدف

جذب مخاطبان جدید

افزایش مشتری و سطح سفارش های خرید و فروش

کسب آخرین اخبار و اطلاعات محصولات مشابه از قبیل

به عبارت دیگر نمایشگاه ها بهترین راه کار برای تبادل دانش، اطلاعات و تکنولوژی، تعامل رقبا، به هم رسانی و هم افزایی کسب و کارها و همچنین ارزیابی از میزان مشتریان بالقوه هستند.





نمایشگاه مجازی بین المللی ای-ویرترین

امروزه جهان در عصر مجازی با چهارمین موج تغییر در تکنولوژی یا در حقیقت دنیای مجازی و تحول دیجیتال مواجه است. کل ایده دنیای مجازی و تحول دیجیتال اساساً می تواند کل فرهنگ جهان و به تبع آن مشاغل موجود و فضای کسب و کار را به طور کلی بازآفرینی کند.

عصر مجازی و تحول دیجیتال:

در عصر مجازی و با تحول دیجیتال، ابزارهایی در دسترس خواهند بود که تا حدودی حضور مجازی فعالان اقتصادی در رویدادهای نمایشگاهی و اقتصادی را امکان پذیر خواهند کرد. در آن زمان تقریباً به طور کامل نیاز به سفرهای کاری منتفی است و مشاغل متنوع جدیدی که امروز وجود ندارد بوجود خواهد آمد.



نحوه کار کرد نمایشگاه مجازی:

نمایشگاه مجازی بر اساس اصول بازاریابی عصبی یا NEURO-MARKETING ارائه‌ی محتوا با نگاهی خلاقانه و متفاوت و با بهره‌مندی از بستر دیجیتال سهولت دسترسی و امکان بهره‌مندی از محتواهای ویدیویی و ... در کنار توضیحات و تصاویر بخش‌های مختلف، می‌تواند موجب افزایش تعامل صاحبان غرفه‌ها در نمایشگاه‌های مجازی با مشتریان آنها و انتقال عمیق‌تر و دقیق‌تر موارد مورد نظر فیما بین آنها شود.



مزایای نمایشگاه مجازی:

- امکان توسعه گستره فعالیتها و بازار کالاها و خدمات و کشف فرصت‌های کسب و کار جدید و آشنایی با ایده‌های جدید فن-آوری و سرمایه‌گذاری به‌منظور توسعه آنها،
- افزایش قابل ملاحظه بهره‌وری در تبلیغات نمایشگاهی
- تضمین امکان حضور و بازدید شبانه‌روزی و نامحدود بازدیدکنندگان در اقصی نقاط جهان و در طی تمامی روزهای سال
- امکان انجام مذاکرات بازرگانی و انعقاد توافق‌نامه‌های اولیه همکاری اقتصادی و تجاری،
- امکان برگزاری همایش‌ها و سمینارهای همکاری بازرگانی بین شرکت‌های کشورهای مختلف و رویدادهای متنوع،
- امکان حضور در دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی و آشنایی با ضوابط و مقررات صادرات و واردات کالاها و خدمات کشورها،



ادامه مزایای نمایشگاه مجازی:

- امکان گزارش‌گیری از تعداد بازدید کنندگان غرفه‌های نمایشگاهی به صورت لحظه به لحظه و در بازه‌های زمانی مختلف،
- امکان طراحی بروشور هوشمند دیجیتال تحت وب
- تضمین دسترسی فوری به غرفه محصولات شرکت‌ها در نمایشگاه مجازی
- حفظ محیط زیست و کمک به اقتصاد سبز و حفظ سلامت بازدیدکنندگان با عدم حضور فیزیکی در محیط نمایشگاه با حذف سفر
- تحقق انجام مسئولیت‌های اجتماعی
- تضمین دسترسی برای بیماران و افراد توان خواه
- امکان پایش و ارزیابی بازدیدها، بازخوردها و ارائه بانک اطلاعات بازدیدکنندگان و غرفه‌داران
- امکان جستجو و دستیابی سریع و آسان به غرفه‌ها و سالن‌ها و نمایش هر نوع خدمات و کالا (فارغ از ابعاد و اندازه، وزن و حجم آنها)

