



➤ **Jak efektywnie uczestniczyć w targach?**

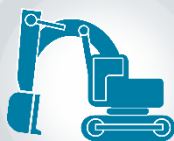


Udział w targach

Zagraniczne targi branżowe jako forma marketingu

Udział w targach zagranicznych jest doskonałą okazją do zaprezentowania swojej oferty potencjalnym kontrahentom. Jest jednak parę kwestii, na które należy zwrócić uwagę, decydując się na tę formę marketingu. Podpowiadamy m.in. jak wybrać odpowiednie targi, jak się do nich przygotować oraz jak przyciągnąć całe rzesze odwiedzających na nasze stoisko.

Strona 3



Branża techniki budowlanej

Rosja szansą dla polskich firm

Przedstawiamy Państwu aktualne trendy panujące w branży techniki budowlanej w Rosji. Specjalnie dla Państwa prezentujemy również nową usługę firmy ITRO – [On Target](#). Na podstawie kodów celnych Państwa wyrobów możemy przygotować dla Państwa bazę danych firm, które importowały takie towary do Rosji w 2013 r.

Strona 10



Praktyki firmy ITRO

There's No Such Place as Far Away...

Organizacja wyjazdu, logistyka, tłumacz i negocjator – to tylko część elementów, o które należy zadbać, aby wyjazd na targi zagraniczne przyniósł rzeczywiste korzyści. Przedstawiamy Państwu fotorelację z udanego wyjazdu z naszym Klientem na targi branży techniki budowlanej CTT w Moskwie, a także wyjazdu do Los Angeles w ramach realizacji projektu [NEXPO](#).

Strona 14



Udział w targach



Zagraniczne targi branżowe jako forma marketingu

Dlaczego warto brać udział w targach?

Zagraniczne targi branżowe jako forma marketingu cieszą się coraz większą popularnością wśród polskich przedsiębiorców. Ich ogromna różnorodność stwarza okazję do doskonałej promocji oferty niemal każdej z rodzimych firm. Co warto podkreślić, obecność polskich firm na targach zagranicznych oprócz oczywistej promocji danego przedsiębiorstwa, ma jeszcze jedną dużą korzyść – kreuje wizerunek Polski, jako kraju nowoczesnego, z mocną gospodarką, liczącego się na gospodarczej mapie świata.

Korzyści wynikające z udziału w imprezach wystawienniczych:

-  targi umożliwiają spotkanie z klientami obecnymi i potencjalnymi;
-  angażują odbiorców, którzy mogą zadawać pytania wystawcy;
-  dają możliwość nawiązywania nowych kontaktów z klientami i kontrahentami;
-  są okazją do wprowadzenia na rynek i wypromowania nowych produktów;
-  kreują wizerunek firmy;
-  pozwalają na profesjonalną prezentację produktów;
-  angażują odbiorców, którzy mogą wyrazić swoją opinię o produktach, usługach.



WAŻNE!

Dofinansowanie targów zagranicznych to jeden z najważniejszych instrumentów wsparcia internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w latach 2014- 2020. O dofinansowanie udziału w targach zagranicznych można ubiegać się w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO) oraz Programu Operacyjnego Polska Wschodnia.

Potrzebujesz więcej informacji

TAK

Jak wybrać odpowiednie targi?

Planując udział w imprezie targowej, trzeba przede wszystkim wybrać propozycję odpowiednią dla naszej firmy. Dlatego też przed podjęciem tej decyzji warto odpowiedzieć sobie na kilka podstawowych pytań:



- Czy tematyka targów obejmuje zakres produktów/usług mojej firmy?
- Czy targi reprezentują rynek dla mojej firmy?
- Czy targi pozwolą mi na dotarcie do potencjalnych i/lub nowych grup docelowych klientów?



Ponadto, od organizatora targów należy uzyskać odpowiedzi na następujące pytania:

- Czy targi są imprezą regionalną, krajową czy międzynarodową?
- Jak często odbywają się targi?
- Kiedy odbędą się kolejne imprezy?
- Jakie firmy będą uczestniczyć?
- Jaka jest cena powierzchni?
- Czy równoległe do targów odbywają się dodatkowe spotkania lub konferencje?
- Jakie kampanie promocyjne są przewidziane w celu zachęcenia zwiedzających do wizyty na targach?
- Jak wyglądają dane statystyczne dotyczące ostatniej imprezy, w tym m.in. liczba zwiedzających (krajowych i zagranicznych), typy zwiedzających (profesjonaliści czyli przedstawiciele firm czy też publiczność? Z jakich krajów? Na jakim szczeblu decyzyjności?), liczba wystawców (krajowych i zagranicznych)?





Jak dobrze przygotować się do udziału w targach?

Tylko przemyślany udział w targach jest gwarantem sukcesu. Już na kilka tygodni przed imprezą trzeba podjąć odpowiednie działania, w tym także promocyjne. Dokładny plan przygotowań do targów powinien obejmować:

- zaplanowanie dokładnego budżetu,
- wybór osób zaangażowanych w przygotowanie targów i określenie zakresu ich obowiązków,
- ustalenie programu obecności na targach,
- planowanie stoiska (projektu stoiska i listy produktów do prezentacji),
- wybór oraz szkolenie osób mających brać udział w ewencie,
- przygotowanie planu promocji oraz materiałów promocyjnych wykorzystywanych przed, w trakcie i po zakończeniu targów,
- organizacja transportu oraz zakwaterowania dla osób mających brać udział w wydarzeniu,
- podczas rezerwowania stoiska warto sprawdzić wszystkie możliwości obecności na targach. Często – oprócz wystawienia stoiska – można przeprowadzić prezentację, szkolenie, wziąć udział w panelu dyskusyjnym lub zostać sponsorem strefy rozrywki, co w zależności od postawionych celów także pozwoli wyróżnić firmę.





Jeżeli chodzi o działania promocyjne, o obecności na targach trzeba poinformować zwiedzających wcześniej, by przyciągnąć do siebie jak największe ich grono. W tym celu warto:



poinformować aktualnych i potencjalnych klientów oraz media o swoim udziale w wydarzeniu,



opublikować wiadomość o uczestnictwie w eventcie na fanpage 'u firmy,



wysłać mailing lub drukowane zaproszenia do klientów,



dodać w stopkach wiadomości informację o obecności na targach,



ustalić terminy spotkań z poszczególnymi klientami i kontrahentami,



zadbać o pojawienie się firmy w spisie wystawców na stronie internetowej targów oraz w katalogu wydarzenia,



przygotować materiały promocyjne,



przygotować i poinformować o specjalnej ofercie dla zwiedzających.



Jak efektywnie



uczestniczyć w targach?



Aby osiągnąć sukces, trzeba się wyróżniać!

W dzisiejszych czasach nie wystarczy statyczne stoisko i nastawienie, że klienci sami do niego przyjdą. Istotne jest umiejętne zwrócenie na siebie uwagi i wzbudzenie zainteresowania potencjalnego klienta oraz interaktywne działanie, które zachęci go do wyboru spośród kilku tysięcy wystawców właśnie naszej oferty.



Wybrane rozwiązania, które pomogą nam się wyróżnić:

- możemy przygotować ciekawe stoisko poprzez zastosowanie nietypowych materiałów i elementów, np. szkła hartowanego, ścian wodnych, ciekawej gry świateł;
- dobrym pomysłem jest także, aby centralny, najważniejszy element stoiska był widoczny z daleka, znajdował się wyżej niż elementy na sąsiadujących stoiskach i przyciągał uwagę;
- aby ułatwić dotarcie do nas, możemy także rozstawić przy wejściu na targi rollupa z informacją, gdzie jesteśmy lub hasłem o bardzo atrakcyjnej promocji tak, by klient chciał nas jak najszybciej odszukać;
- ważnym elementem prezentacji na stoisku są także materiały informacyjne, które powinny zachęcać swoim wyglądem, zawartymi informacjami, oryginalnością i funkcją – najlepiej użytkową (np. linijka, kalendarz, zegar, etui, brelok w kształcie okularów) do zabrania;
- jeżeli targi trwają kilka dni, miejmy niespodzianki, gadżety, specjalne akcje na każdy z nich – to sprawi, że część klientów przyjdzie do nas kilkakrotnie, a my będziemy mieć szanse na lepsze ich poznanie i łatwiejsze nawiązanie współpracy.





Branża techniki budowlanej

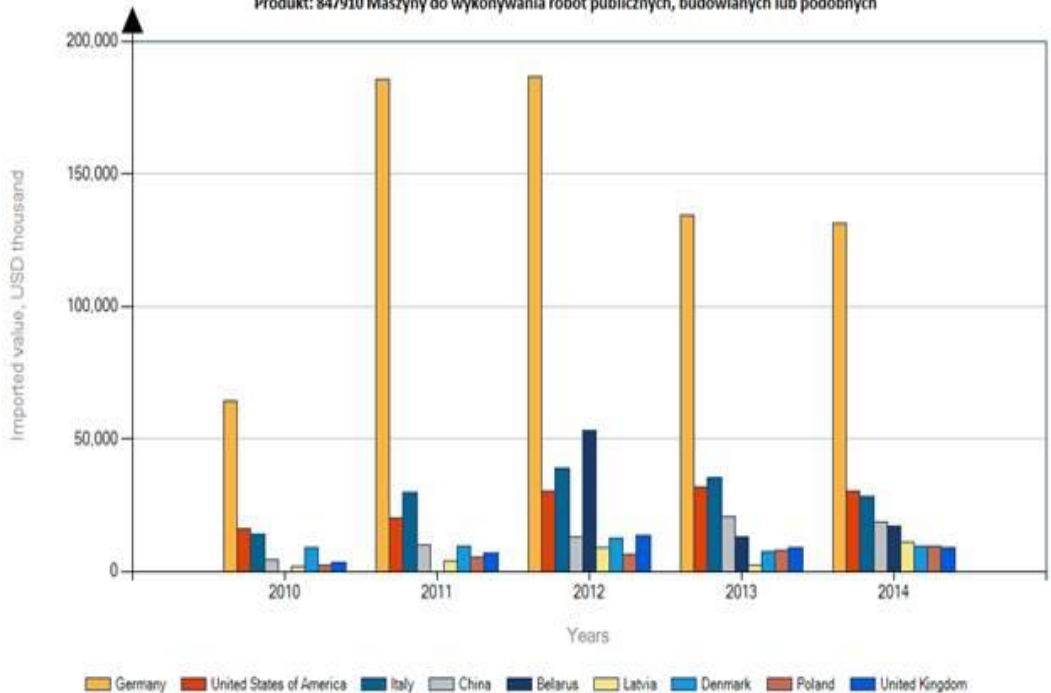


Rosja szansą dla polskich firm

W Rosji rynek urządzeń komunalnych prężnie się rozwija. Lokalnych fabryk, które zajmują się produkcją zawieszanych maszyn i urządzeń do obsługi dróg, jest około 40. Omawiana branża w Rosji jest bardzo mocno uzależniona od importu. Wśród firm zagranicznych, które dostarczają urządzenia danego rodzaju, zdecydowanie przodują przedsiębiorstwa zagraniczne, co można zauważyć na poniższym wykresie:

Lista rynków zaopatrujących Rosję w produkty importowane

Produkt: 847910 Maszyny do wykonywania robót publicznych, budowlanych lub podobnych



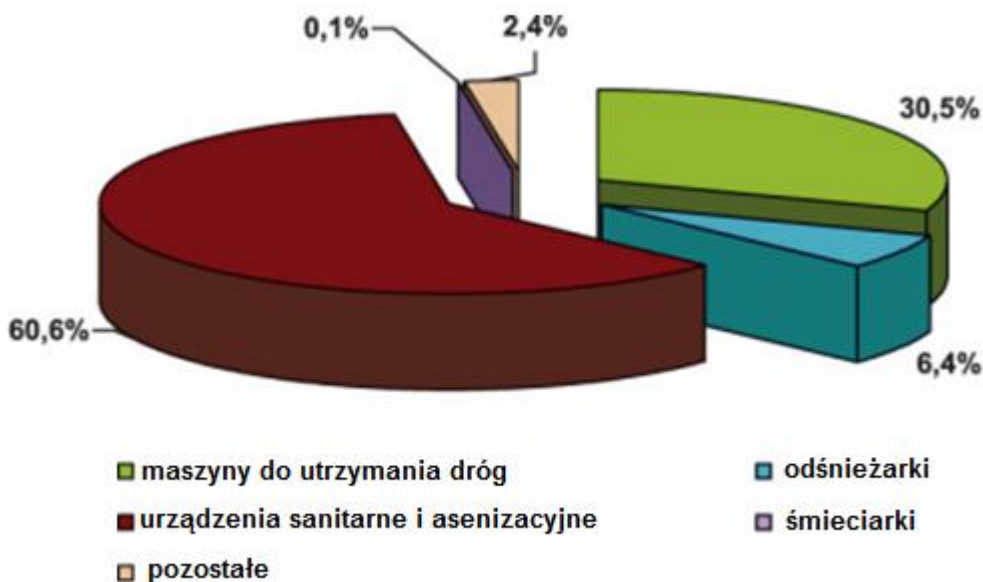
ITC calculations based on UN COMTRADE statistics



Jak widać, Chiny również są jednym z dostawców urządzeń komunalnych do Rosji. Jednak ich rola w imporcie w ostatnich latach charakteryzuje się tendencją spadkową. Ich miejsce zajmują producenci z Europy, których produkty reprezentują korzystny stosunek ceny do jakości – z tego względu zyskują uznanie u coraz większej rzeszy rosyjskich dystrybutorów.

Polska również zajmuje znaczące miejsce wśród dostawców urządzeń komunalnych w Rosji i, co najważniejsze, z roku na rok znaczenie naszego kraju w omawianej branży jest coraz większe.

Struktura importu w Federacji Rosyjskiej w odniesieniu do maszyn komunalnych, 2013











Market Report based on Federal Customs Service of Russia statistics



Według danych Urzędu Celnego Federacji Rosyjskiej za 2013:

(Baza danych deklaracji celnych)

Kod celny TN WED	Opis	Ilość deklaracji celnych	Pobierz wzór deklaracji
8479100000	Maszyny do wykonywania robót publicznych, budowlanych lub podobnych, gdzie indziej niewymienione	2 995	
8479908000	Części zamienne	4 676	
8701100000	Ciągniki rolnicze kierowane przez pieszego oraz podobne ciągniki do celów przemysłowych (inne niż ciągniki przegubowe naczepowe)	146	
8701209017	Ciągniki drogowe do naczep	167	
8430200000	Pługi odśnieżające i dmuchawy śnieżowej	1 629	
8430500009	Maszyny do robót ziemnych, z własnym napędem, gdzie indziej niewymienione	99	
8433205000	Kosiarki, włączając kosiarki montowane na ciągnikach (inne niż do pielęgnacji trawników, parków lub terenów sportowych)	843	
8431410000	Czerpaki, kubły, łyżki, szufle i chwytaki	2 635	
RAZEM deklaracji w BD za 2013		13 190	



ON TARGET

- **Wskażemy Państwu potencjalnych klientów / importerów.**
- **Wyposażymy Państwa w bardzo dokładną wiedzę potrzebną podczas negocjacji.**
- **Wyprzedzimy Państwa konkurencję.**

Sprawdź możliwości eksportowe swojego produktu według kodów celnych

Potrzebujesz więcej informacji

TAK



W Rosji jest wiele targów o zasięgu międzynarodowym, poświęconych danej branży, np. CTT, CityExpo, Droga. Zdecydowanie warto odwiedzenia są targi **CTT**. Obejmują one dostawców usług i technologii budowlanych, wśród nich - wiodących dostawców maszyn do obsługi dróg. Zdecydowanie warto znaleźć się w gronie wystawców, ponieważ liczba osób odwiedzających te targi jest znacząca - zarówno w odniesieniu do firm lokalnych, jak i gości zagranicznych.



Targi CTT:

- Organizowane od 1999 roku
- Największe targi branży budowlanej w Rosji
- Obejmują wszystkie kierunki budowlane
- Co roku bierze w nich udział kilkuset wystawców

W Rosji obserwowany jest silny rozwój w obrębie branży budowlanej. Rynek tego kraju jest chłonny, potrzeby w zakresie urządzeń, materiałów oraz usług budowlanych są ogromne. W związku z tym w ciągu najbliższych lat rola europejskich, w tym również polskich firm może okazać się znacząca.



Praktyki ITRO



CTT 2015 – misja handlowa do Moskwy

Miejsce:

Moskwa / Rosja, 2- 6 czerwca 2015 r.

Misja handlowa:

Organizacja udziału i wyjazd na targi CTT 2015 z Klientem firmy ITRO



Targi CTT 2015

Na początku czerwca wraz z naszym Klientem uczestniczyliśmy w XIV Międzynarodowych Targach CTT – Targach Sprzętu Budowlanego i Technologii w Moskwie. Są to jedne z największych targów na świecie, na których co roku wystawiają się wiodący producenci i dostawcy sprzętu budowlanego i usług.



Aby Nasz Klient osiągnął jak najwięcej korzyści z wyjazdu na Targi, wybraliśmy i zarezerwowaliśmy dla Niego stoisko w atrakcyjnej lokalizacji i o odpowiednim metrażu.



Nasz Klient w trakcie targów odbył wiele biznesowych spotkań – zarówno z dużymi rosyjskimi dystrybutorami, jak i nieco mniejszymi graczami



Konsultant ITRO zadbał o ich największą liczbę oraz ich jakość jeszcze przed wyjazdem.



Konsultant ITRO wspierał Naszego Klienta zarówno w charakterze tłumacza, jak i negocjatora podczas wszystkich umówionych spotkań.

Moskwa, Rosja 2015

Jak efektywnie







uczestniczyć w targach?



Ale najważniejsze jest to, co dzieje się po Targach!

Nasz Klient otrzymał od Konsultanta ITRO:

-  szczegółowy raport nt. spotkań
-  rekomendacje najatrakcyjniejszych potencjalnych kontrahentów
-  program pobytu z kompleksową logistyką wyjazdu
-  follow-up kontaktów po powrocie z targów

 **Więcej na:**

Zapraszamy Państwa do obejrzenia fotorelacji, która znajduje się na naszym fanpage'u:



[www.facebook.com/
itro.consulting](https://www.facebook.com/itro.consulting)





Praktyki ITRO



E3 2015 – Electronic Entertainment Expo

Miejsce:

Los-Angeles / USA, 16 – 18 czerwca 2015 r.

Misja handlowa:

Wyjazd na targi E3



Targi E3 największe biznesowe targi gier na świecie

**Od lat odbywające się w halach Los Angeles Convention Center.
Tegoroczna edycja to:**

- 52 tys. odwiedzających ze 109 krajów
- 7 dużych konferencji prasowych
- 300 wystawców
- 1 600 prezentowanych produktów

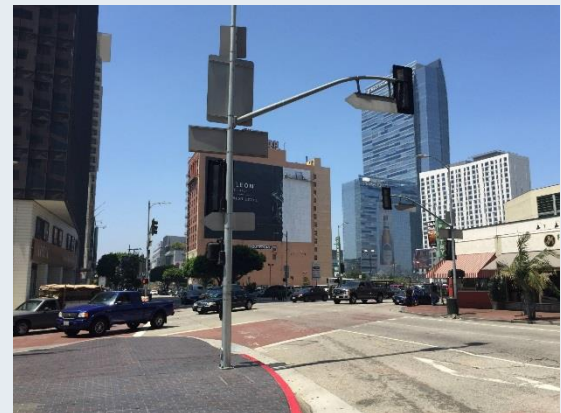
Jak efektywnie uczestniczyć w targach?



W połowie czerwca prezes firmy ITRO udał się do Los Angeles, aby porozmawiać z potencjalnymi kontrahentami – organizatorami największych na świecie targów gier komputerowych E3 - na temat partnerstwa przy projekcie [NEXPO](#).



[NEXPO](#) to innowacyjna platforma internetowa autorstwa firmy ITRO, której głównym zadaniem jest przeniesienie realnych imprez targowych do świata cyfrowego.



▶ Więcej na:



Los-Angeles, USA 2015

ITRO Sp. z o.o.



International Trade &
Representative Office

Znajdź nas na:



Aleje Jerozolimskie 81
02-001 Warszawa
ORCO Tower | 17 p. biuro nr. 2

tel.: +48 22 188 17 17
fax.: +48 22 188 13 59

info@itro.pl
www.itro.pl

activate
your trade



sprawdź naszą ofertę  info@itro.pl, 221881717