

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2^ο

2.1 Οι εκθέσεις αποτελούν στρατηγικής σημασίας στοιχείο του μίγματος επικοινωνίας για όλες τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις αγορές των βιομηχανικών προϊόντων, αλλά και σε πολλές κατηγορίες καταναλωτικών (πχ ηλεκτρονικές συσκευές, αυτοκίνητα, προϊόντα μόδας, κ.α.). Εκτός από την μεγάλη σημασία που έχουν σε πολλές κατηγορίες προϊόντων δίνουν τη δυνατότητα επικοινωνίας με πολλά σημαντικά πρόσωπα του χώρου που η έκθεση αφορά (ανταγωνιστές, προμηθευτές, δημοσιογράφους, φορείς εθνικών και διεθνών οργανισμών, κ.α.). Συχνά γίνονται σημείο αναφοράς για το λανσάρισμα νέων προϊόντων καθώς δίνεται η δυνατότητα επικοινωνίας με πελάτες, υπεύθυνους παραγγελιών, σχεδιαστές, κ.α.

2.2 Η διαδικασία της διαμόρφωσης της παρουσίας στην έκθεση περιλαμβάνει τα παρακάτω στάδια:

- Επιλογή δημιουργικής στρατηγικής και προσαρμογή της ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής.
- Επίδειξη του προσχεδίου σχεδιασμού του περιπτέρου.
- Εκπαίδευση του προσωπικού της έκθεσης.
- Δημιουργία του Ημερήσιου Σχεδίου των ενεργειών που θα υλοποιηθούν στην διάρκεια της έκθεσης (π.χ. επικοινωνία με σημαντικούς πελάτες, συμμετοχή σε παράλληλες εκδηλώσεις, κ.λπ.)
- Προγραμματισμός ενεργειών που θα ακολουθήσουν την παρουσία στην έκθεση.
- Αξιολόγηση της παρουσίας στην έκθεση.