

## Nowe oferty dobrych znajomych

Osób widocznych na sąsiednich fotografiach naszym warsztatowym czytelnikom przedstawiać nie trzeba. Należą bowiem do liczego grona postaci znanych w całym tym środowisku z różnych biznesowych kontaktów, prowadzenia rozmaitych profesjonalnych szkoleń i publikacji w branżowych mediach, a przede wszystkim z poprzednich targowych edycji.

Tak się składa, że i publiczność Targów IC jest w podobnej mierze stała, jak personel głównych wystawowych stoisk. Z reguły nowe są tylko wystawiane oferty. Ich innowacyjny przeważnie charakter stanowi dla potencjalnych, przyszłych użytkowników pewną psychologiczną barierę. Utrudnia ona przyswajanie nowych wiadomości, a nawet zadawanie konkretnych pytań uprzejmym i kompetentnym, lecz nieznanym wystawcom.

Sytuacja zmienia się radykalnie, gdy na stoisku można rozpoznać kogoś znajomego osobiście lub choćby z widzenia, ponieważ taki „swój” człowiek samą swą obecnością sprawia, że łatwiej się zwiedzającemu „oswoić” z całym kontekstem otaczających go nieznanymi przedmiotów. Dlatego wokół podobnych, branżowych indywidualności skupiają się intuicyjnie klienci rzeczywiście zainteresowani aktualną ofertą danej firmy.



## Dodatkowe atrakcje

Są bardzo skutecznym narzędziem „pierwszego kontaktu” wystawcy z jego nowym klientem. Wbrew pozorom, działają na tym polu o wiele lepiej niż serwowane na stoiskach napoje i ciasteczka lub rozdawane gadżety. Drobne podarki do czegoś gości zobowiązują, choćby do krótkiej, grzecznościowej rozmowy, więc niktą jest ich siła przyciągania osób niezdecydowanych.

Inaczej wygląda sprawa, gdy można dyskretnie przyłączyć się do grona obserwującego oryginalne występy grupy Volt na stoisku Mobila, ustawić się w kolejce po plakat firmy Delphi z autografem

i uściskiem dłoni „samego” Kajetana Kajetanowicza, obejrzeć klasyczne auto sławiące oleje Liqui Moly albo wziąć udział w finale atrakcyjnej loterii Totala...

Nie zawsze przy takich kontaktach pojawia się wzajemna „miłość od pierwszego wejrzenia”, niekiedy gość przejawia zainteresowanie czymś więcej niż tylko udostępnioną mu atrakcją. Jeśli jednak podobne działania wystawców nie dają nawet pośredniego bądź perspektywicznego rynkowego pożytku, to przynajmniej pozostawiają na jakiś czas (?) gospodarzy w życzliwej pamięci zadowolonych gości. ■



FOT. VARTA. ARCHIWUM

FOT. INTER CARS. MOBIL. ARCHIWUM