

100 messil osalemise eesmärki

1. Müüa tooteid ja teenuseid.
2. Koguda vajalikke kontakte messijärgseks ühenduse võtmiseks (pakkumiste tegemiseks).
3. Tuua turule uusi tooteid või teenuseid.
4. Esitleda uusi tooteid või teenuseid.
5. Näidata uusi kasutusviise olemasolevatele toodetele või teenustele.
6. Anda oma klientidele võimalus kohtuda ekspertidega.
7. Anda ettevõtte juhtidele võimalus kohtuda klientidega.
8. Kohtuda ostjatega näost näkku.
9. Avada uusi turge.
10. Näha ostjaid, kes ei ole tavaliselt ligipääsetavad müügipersonalile.
11. Leida otsustajaid.
12. Mõista oma potentsiaalse kliendi otsuse langetamise protsessi.
13. Toetada otsuse mõjutajaid.
14. Olla võrreldav konkurentidega.
15. Kogude infot konkurentide kohta.
16. Lahendada kliendi probleeme.
17. Saada tagasisidet uute toodete kohta.
18. Saada tagasisidet olemasolevate toodete kohta.
19. Teha turu-uuringut.
20. Leida müüjad, esindajad ja agente.
21. Harida müüjad, esindajad ja agente.
22. Leida personali.
23. Harida personali.
24. Arendada juhiseid müüjatele, esindajatele ja agentidele.
25. Kindlustada firma imagot.
26. Luua uus firma imago.
27. Luua kliendi-andmebaas.
28. Toetada oma majandus- või tegevusharu.
29. Tõsta meedias esile uusi tooteid, teenuseid ja algatusi.
30. Kindlustada brändi tuntust.
31. Käivitada uue brändi kampaania.
32. Jagada toodete näidiseid.
33. Tegeleda klientide kaebustega.
34. Kindlustada oma marketingi plaane.
35. Levitada, jagada toodete või teenuste infot.
36. Viia läbi müüginõupidamisi.
37. Luus võimalusi koostöövõrguks.
38. Tutvustada uut edendamist, kampaaniat.
39. Tutvustada uut teenust.
40. Harida kliente.
41. Tutvustada uusi tehnikaid, töövõtteid.
42. Ümber positsioneerida oma firmat turul.
43. Muuta ettekujutust oma firmast antud turul.
44. Tutvustada uusi töötajaid (tööstus)harule.
45. Õppida tundma uusi (tööstus)haru trende.
46. Luua koostöövõrgustik kolleegidega.
47. Luua koostöövõrk (tööstus)haru proffidega.
48. Esitleda, tutvustada uusi tooteid ja teenuseid.
49. Luua ärisuhteid rahvusvaheliste ostjatega.
50. Tutvustada oma ettevõtte juhte meediale.
51. Toetada müüjaid, esindajaid ja agente.
52. Näidata oma pühendumust turule.
53. Näidata oma pühendumust müüjatele, esindajatele ja agentidele.
54. Katsetada rahvusvahelisi ostmisviise ja tavasid.
55. Mõjutada kliendi suhtumist.
56. Luua kõrgeid ROI võimalusi.
57. Näidata tehnoloogia ülekandmise võimalusi.
58. Leida uusi äri võimalusi.
59. Näidata ühisettevõtete võimalusi.
60. Avaldada litsentsidega seotud võimalusi.
61. Leida uusi asukohti äri laiendamiseks.
62. Kindlaks teha marketingi ja müügiedendamise kampaaniate efektiivsust.
63. Korraldada vastuvõtte, võõrustada oma (tööstus)haru üritusi.
64. Näidata oma eksperte seminaridel ja kursustel.
65. Turu-uuringud uute toodete arenduseks.
66. Tutvustada uusi tootmismeetodeid.
67. Avaldada otsest mõju otsustajatele.
68. Luua andmebaase.
69. Pakkuda erilistele klientidele meelelahutusi.
70. Jaotada müügiedenduse vahendeid.
71. Mõjutada haru trende.
72. Eksponeerida mobiilset näituseruumi või stendi.
73. Näidata toodete ja teenuste erinevaid kasutusviise.
74. Vastastikku mõjutada pädevat sihtauditooriumi.
75. Kujundada müügipersonali moraali.
76. Anda oma loodetavale kliendile võimalus kogeda oma tooteid/teenuseid.
77. Luua, avada teid tulevastele ärikõnedele.
78. Saavutada koheseid tehinguid.
79. Esitada *live* toote-demonstratsiooni.
80. Tutvustada tugiteenuseid.
81. Anda „lavatagusele” personalile võimalus kohtuda kliendiga.
82. Luua kolmemõõtmeline müügipresentatsioon.
83. Tutvustada uusi ühiskondlike initsiatiive.
84. Toetada praeguseid ühiskondlike initsiatiive.
85. Leida teisi eksponeerimisvõimalusi.
86. Osaleda koolitus-üritustel.
87. Kohtuda haru eeskõnelejatega.
88. Arendada uusi turundustehnikaid.
89. Demonstreerida statsionaarset („elusuuruses”) varustust, seadmeid.
90. Vältida, suunata ebameeldivat tähelepanu.
91. Esitleda ettevõtte seoseid ühiskonnas või haru ulatuses.
92. Selgitada korporatiivsete muudatuste mõjusid.
93. Tuua kõrgemal seisvad juhid klientidele lähemale.
94. Lühendada ostutsükli.
95. Välja õpetada uus personal.
96. Luua elevust uute toodete/teenuste ümber.
97. Suurendada ettevõtte kasumlikkust.
98. Edendada suust-suhu info liikumist turul (word-of-mouth marketing).
99. Täiustada ettevõtte marketing-miksi.
100. Suurendada kokkupuudet klientide ja ühiskonnaga.