

Mögliche Zielsetzungen für die Messebeteiligung

Definieren Sie ganz klar Ihre Messeziele. Erfolg und Misserfolg lassen sich nur an den gesteckten Zielen messen!

	ja	nein
➔ Positive Beeinflussung des Firmenimages in der Branche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Interesse wecken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Präsentation neuer Produkte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Konkurrenzfähigkeit überprüfen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Vorstellung von Produktweiterentwicklungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Test von Produktideen oder -weiterentwicklungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Suche nach neuen Handelspartnern oder Handelsvertretern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Pflege bestehender Kontakte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Schaffung neuer Kontakte für unser Unternehmen		
Inland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Überprüfung der Produkt- und Sortimentsgestaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Konkrete Abschlüsse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
➔ Sonstige Ziele:		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		