



W tym roku dominował kolor biały. Ciekawe zastosowania miał też niebieski



Organizatorzy polskiego stoiska stanęli na wysokości zadania. Szerokość zależała, niestety, od potencjalnych wystawców

Wystawa modeli samochodów znanych ze starych filmów to dowód, że dobre tradycje kontynuowane są w Lipsku i w nie najlepszych czasach



balnym kryzysem nie była tym zaskoczona ani rozczarowana. Jej uwagę w halach „salonowych” przyciągały głównie modele samochodów niekoniecznie najnowszych, lecz raczej najtańszych przy zakupie i w eksploatacji. Profesjonaliści odwiedzający AMITEC odznaczają się z reguły jeszcze bardziej sprecyzowanymi zainteresowaniami, więc dla nich taki bezpośredni przegląd aktualnych ofert jest zawsze atrakcyjny. Reprezentatywny sondaż niezależnego Lipskiego Instytutu Badania Rynku (Leipziger Institut für Marktforschung) wykazał pozytywne nastroje tej grupy targowych gości, w której 81 procent stanowiły osoby podejmujące decyzje inwestycyjne w swych macierzystych firmach. Aż 42 procent z ogólnej ich liczby (czyli więcej niż w roku ubiegłym) na podstawie rozmów z wystawcami zdecydowało się dokonać po targach konkretnych zakupów. Wizytę na przyszłorocznym AMITEC 2010 zapowiedziało 91 procent ankietowanych.

Podobnymi badaniami objęto wystawców AMITEC. W tej grupie 73 procent było usatysfakcjonowanych przedstawieniem swych ofert na targach. Jeszcze więcej, bo 79 procent, poinformowało, że pewne kontrakty udało im się zawrzeć bezpośrednio na stoiskach, a 70 procent spodziewa się w najbliższej przyszłości nowych zamówień będących efektem targowych spotkań z potencjalnymi klientami.

Przytoczone tu wskaźniki pozwalają sądzić, że polskie firmy nieobecne w Lipsku nie podjęły korzystnej dla siebie decyzji. Tania złotówka podnosi wprawdzie koszt wynajętej powierzchni wystawowej, ale z kolei sprzedaż czegokolwiek w strefie euro czyni bardziej opłacalną. Czy warto więc w imię takich oszczędności tracić szansę na atrakcyjne transakcje? Najważniejszy pod tym względem rynek niemiecki stał się w obecnych warunkach bardziej otwarty na importowane produkty o przystępnych cenach. Poza tym w sytuacji, gdy wielu potencjalnych polskich klientów odwiedza targi w Lipsku, warto na nich zaprezentować swą ofertę, choćby tylko w celach prestiżowych i przez wzgląd na interesy prowadzone w kraju. ■

Fot. archiwum

Dzisiaj wymiana, jutro wygrana!

PROMOCJA DLA PARTNERÓW HANDLOWYCH



8x wyjazd na wyścig F1



8x Kia pro_ceed



64x nawigacja GPS

Osiągnij z nami podwójną korzyść – teraz kupując dowolne oleje LOTOS z formułą Thermal Control wraz ze swoimi Klientami bierzesz udział w losowaniu nagród.

Twoja droga do wygranej w promocji:

- kup dowolne oleje LOTOS z Formułą Thermal Control za kwotę minimum 2.500 zł netto niezależnie od rodzaju opakowania (w terminie od 30.03.09 do 29.05.09)
- wypełnij i odeślij ankietę (do pobrania na stronie www)
- wyślij sms z hasłem LOTOS i numerem swojej faktury na numer 71121 (opłata 1,22 z VAT)
- każde dodatkowe zakupy to większa szansa na wygraną
- każde zgłoszenie bierze udział we wszystkich losowaniach!

Regulamin promocji znajdziesz na www.lotsoil.pl