

1

Vóór de beurs

Leg de basis voor waardevolle gesprekken

01

Landingspagina

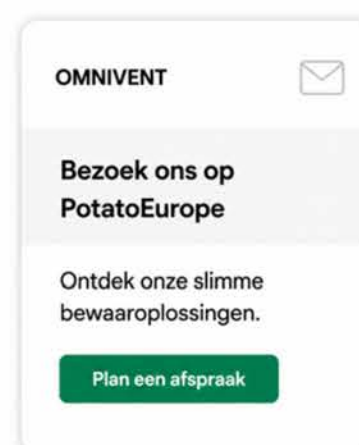
Bezoekers oriënteren zich vaak al voordat de beurs begint. Met een landingspagina laat je zien wie je bent, wat je doet en waarom een bezoek aan jouw stand de moeite waard is. Je beursdeelname begint niet op de beursvloer, maar online.



02

Uitnodigen

Nodig je doelgroep persoonlijk uit via e-mail, social media of andere kanalen. Zo vergroot je de kans op waardevolle gesprekken, in plaats van af te wachten wie er toevallig langskomt.



03

Vooraf afspraken inplannen

Geïnteresseerden kunnen vooraf eenvoudig een afspraak inplannen op de stand. Zo begin je de beurs met gesprekken die al gepland staan en bezoekers die weten waarom ze bij je langskomen.



2

Tijdens de beurs

Verzamel inzicht tijdens het gesprek

01

Bezoekersactivatie

Een winactie of andere activatie verlaagt de drempel om met bezoekers in gesprek te gaan. Zo creëer je een eerste contactmoment en vergroot je de kans dat bezoekers hun gegevens achterlaten.



02

QR-code

Via een QR-code openen bezoekers eenvoudig het formulier op hun eigen telefoon. Dat werkt snel, laagdrempelig en voorkomt losse visitekaartjes of papieren formulieren.



03

Eerste kwalificatie

Na het invullen van de contactgegevens krijgt iedere deelnemer één aanvullende vraag. Het antwoord geeft direct inzicht in welke leads als eerste opvolging verdienen.



3

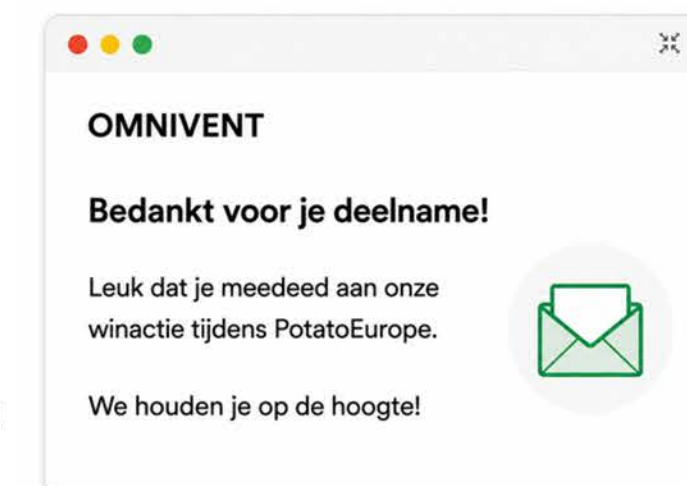
Na de beurs

Volg gericht op met relevante informatie

01

Bedankmail

Iedere deelnemer ontvangt direct na de beurs automatisch een persoonlijke bedankmail. Zo blijft het contact warm en begint de opvolging meteen.



02

Aanvullende vragen

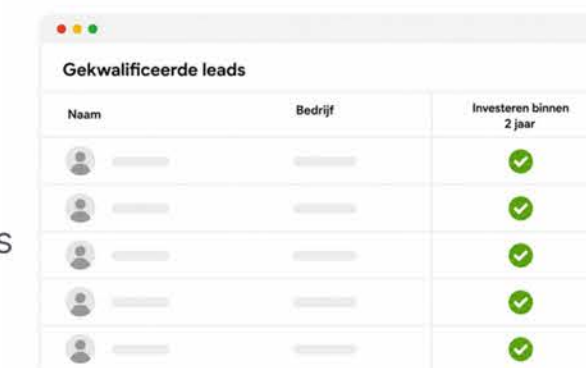
Niet iedere lead is direct klaar voor een verkoopgesprek. Met een korte vervolgvragenlijst verzamel je extra informatie, zodat sales beter voorbereid contact opneemt.



03

Gekwalificeerde leads

Alle informatie komt samen in één overzicht. Zo ziet sales direct welke leads prioriteit hebben en welke vervolgactie past bij ieder contact.



2,4

Potentiële pijplijnwaarde

~€2,4 miljoen*

*Gebaseerd op de gemiddelde projectwaarde van een bewaaroplossing.

19

Gekwalificeerde leads

19 met koopintentie binnen 2 jaar

"Doordat we bezoekers al op de stand kwalificeerden, wisten we na de beurs precies wie als eerste gebeld moest worden. Een gerichte lijst om op te volgen."

Stephan — Omnivent