

21 scans. 19 gekwalificeerde contacten.

Hoe één gerichte kwalificatievraag Omnivent hielp de juiste commerciële kansen te herkennen.

KLANT
Omnivent

BEURS
Potato Europe

SECTOR
Agrarisch



Niet iedere beursbezoeker is een potentiële klant.

PotatoEurope trekt duizenden bezoekers. Voor Omnivent was het doel daarom niet om zoveel mogelijk contactgegevens te verzamelen, maar om inzicht te krijgen in welke bezoekers daadwerkelijk een investeringsvraag hadden.

Omnivent levert complete bewaaroplossingen voor aardappelen en andere gewassen. Omdat het vaak gaat om grote investeringen, begint het oriëntatieproces van een potentiële klant vaak al ruim vóór de uiteindelijke aankoop. Juist daarom is het belangrijk om potentiële projecten tijdig in beeld te krijgen.

De uitdaging

Veel exposanten herkennen het probleem. Tijdens de beurs worden veel gesprekken gevoerd en contactgegevens verzameld. Maar na afloop blijft vaak dezelfde vraag over: **welke van deze contacten zijn nu echt interessant voor opvolging?**

Omnivent wilde niet alleen bezoekers registreren, maar ook inzicht krijgen in welke contacten een mogelijke investeringsvraag hadden.

Voor de beurs: zichtbaar zijn vóór de eerste handdruk

Bezoekers komen meestal niet volledig onvoorbereid naar een beurs. Ze bekijken welke exposanten aanwezig zijn, welke oplossingen interessant zijn en welke stands ze willen bezoeken. Juist daarom is het waardevol om al vóór de beurs zichtbaar te zijn.

Voor PotatoEurope werd een landingspagina ingericht waarop bezoekers meer informatie konden vinden over de oplossingen van Omnivent. Via e-mail en social media werden geïnteresseerden uitgenodigd om de stand te bezoeken of alvast een afspraak in te plannen. Zo begon het contact al vóór de beurs.

Tijdens de beurs: van contact naar inzicht

Bezoekers konden deelnemen aan een winactie door een QR-code op de stand te scannen. Bij het aanmelden kregen zij één extra vraag:

Bent u van plan om binnen twee jaar te investeren in een bewaaroplossing?

Bezoekers die "nee" antwoordden, konden gewoon deelnemen aan de winactie en ontvingen automatisch een bedankbericht. Bezoekers die aangaven binnen twee jaar te willen investeren, ontvingen na de beurs aanvullende vragen over hun plannen en situatie.

Daardoor ontstond niet alleen een deelnemerslijst, maar ook direct meer inzicht in welke contacten mogelijk interessant waren voor verdere opvolging.

Na de beurs: gericht opvolgen

Van de 21 scans op de stand gaven 19 bezoekers aan dat zij binnen twee jaar wilden investeren in een bewaaroplossing.

Dat waren niet alleen namen op een lijst, maar contacten met een mogelijke investeringsvraag. Voor Omnivent betekende dit dat vrijwel alle geregistreerde contacten direct bruikbaar waren voor opvolging.

Op basis van de *gemiddelde* waarde van een bewaarproject vertegenwoordigen deze 19 contacten een *potentiële* pijplijnwaarde van circa € 2,4 miljoen.

Kwalificatievraag:

Bent u van plan om binnen twee jaar te investeren in een bewaaroplossing?

19

Gekwalificeerde leads met koopintentie binnen 2 jaar

2,4

Potentiële pijplijnwaarde
~€2,4 miljoen*

*Gebaseerd op de gemiddelde projectwaarde van een bewaaroplossing.

“ Bij PotatoEurope heeft Dynamic Expo Leads ons geholpen om op een manier die echt werkte waardevolle contacten te verzamelen. Doordat we bezoekers al op de stand kwalificeerden met één relevante vraag, wisten we na de beurs precies wie als eerste gebeld moest worden. Een gerichte lijst om op te volgen.” - Stephan - Omnivent

Wat deze aanpak laat zien

Veel winacties leveren vooral veel namen op. Bij Omnivent werd de winactie gebruikt als startpunt voor het verzamelen van relevante informatie. Door één eenvoudige kwalificatievraag toe te voegen, ontstond direct meer inzicht in de kwaliteit van de beurscontacten.

De echte waarde van een beursdeelname ontstaat wanneer je weet wie je hebt gesproken, waar hun interesse ligt en welke vervolgstap logisch is.

Over Dynamic Expo Leads

Dynamic Expo Leads helpt B2B-exposanten om meer uit hun beursdeelname te halen door voorbereiding, beursgesprekken en opvolging samen te brengen in één praktische aanpak.

Achter **Dynamic Expo Leads** staan Catelijne de Gooijer en Egon van de Kamp. Met het Beursmarketing Framework helpen zij exposanten om losse beursactiviteiten samen te brengen in één strategie, gericht op meer resultaat uit iedere beursdeelname.

