

1

Vóór de beurs

Leg de basis voor waardevolle gesprekken

01

Landingspagina

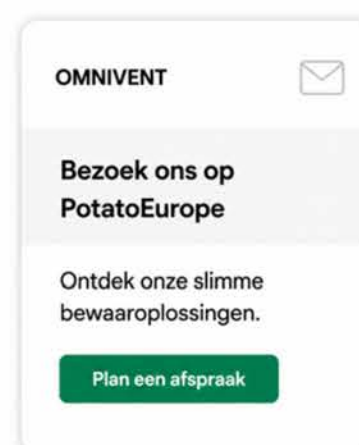
Bezoekers oriënteren zich vaak al voordat de beurs begint. Breng alle informatie over jullie beurs-deelname samen op één plek. Zo zien bezoekers wat ze bij jullie stand kunnen ontdekken en waarom het interessant is om langs te komen. Je beurs-deelname begint niet op de beursvloer, maar online.



02

Uitnodigen

Nodig je doelgroep persoonlijk uit via e-mail, social media of andere kanalen en verwijst ze naar de beurslandingspagina. Zo weten relevante bezoekers vooraf wat ze bij jullie kunnen verwachten.



03

Vooraf afspraken inplannen

Op de landingspagina kunnen geïnteresseerden direct een gesprek op de stand inplannen. Zo begin je de beurs met gesprekken die al gepland staan en bezoekers die weten waarom ze bij je langskomen.



2

Tijdens de beurs

Activeer, registreer en kwalificeer

01

Bezoekersactivatie

Een winactie of andere activatie verlaagt de drempel om bij je stand te stoppen. Door deelname te koppelen aan een korte registratie, ontstaat een natuurlijk eerste contactmoment en verzamel je direct de gegevens van geïnteresseerde bezoekers.



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 bezoeker één aanvullende vraag. Zo verzamel je direct extra informatie die helpt om contacten na de beurs beter te beoordelen en op te volgen.



3

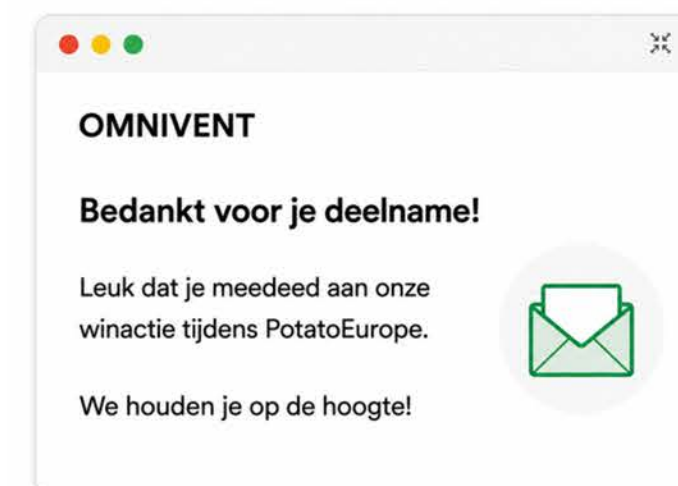
Na de beurs

Volg gericht op met relevante informatie

01

Bedankmail

Iedere deelnemer ontvangt na de beurs automatisch een bedankmail die aansluit op de beursactivatie. Zo begint de opvolging direct en blijft het contact warm.



02

Aanvullende vragen

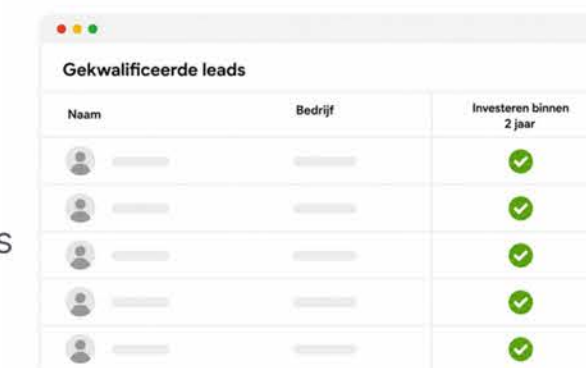
Niet iedere lead is direct klaar voor een salesgesprek. Met enkele gerichte vervolgvragen verzamel je de informatie die sales nodig heeft om goed voorbereid contact op te nemen.



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