

RAISONS D'EXPOSER À UNE FOIRE COMMERCIALE

(Étude réalisée par Simmons Market Research Bureau
pour le Trade Show Bureau, Denver - 1992)

1. Faire de la prospection - 86 %
2. Recueillir des renseignements sur les marchés - 83 %
 - définir les tendances du marché
3. Recueillir des renseignements sur les concurrents - 70 %
 - analyser les nouveaux produits des concurrents et les tendances de prix
4. Présenter de nouveaux produits ou services - 41 %
5. Faire des ventes sur place
 - foires aux États-Unis - 38 %
 - foires à l'étranger - 22 %