

MESSEAUFWERTUNG

KURZFRISTIGE MESSUNGEN

ANZAHL DER BESUCHER

Frequentierung messen

STANDMATERIAL

Daten erfassen

PUBLIKATIONEN

Reichweite analysieren

STANDBEFRAGUNGEN

Wirkung auf Messebesucher erfragen

FEEDBACK DES MESSEPERSONALS

Nachbesprechungen abhalten

LANGFRISTIGE MESSUNGEN

VERKAUFSWAHRSCHEINLICHKEIT

Sales-Pipeline erstellen

CUSTOMER-LIFETIME-VALUE

Kundenwert ermitteln

MESSEZIELE

umsatzrelevante Daten auswerten

GESPRÄCHSPROTOKOLLE

Abmachungen einhalten

NACHFOLGEAKTIONEN

Nutzen auswerten

