Odzieżowe Eldorado

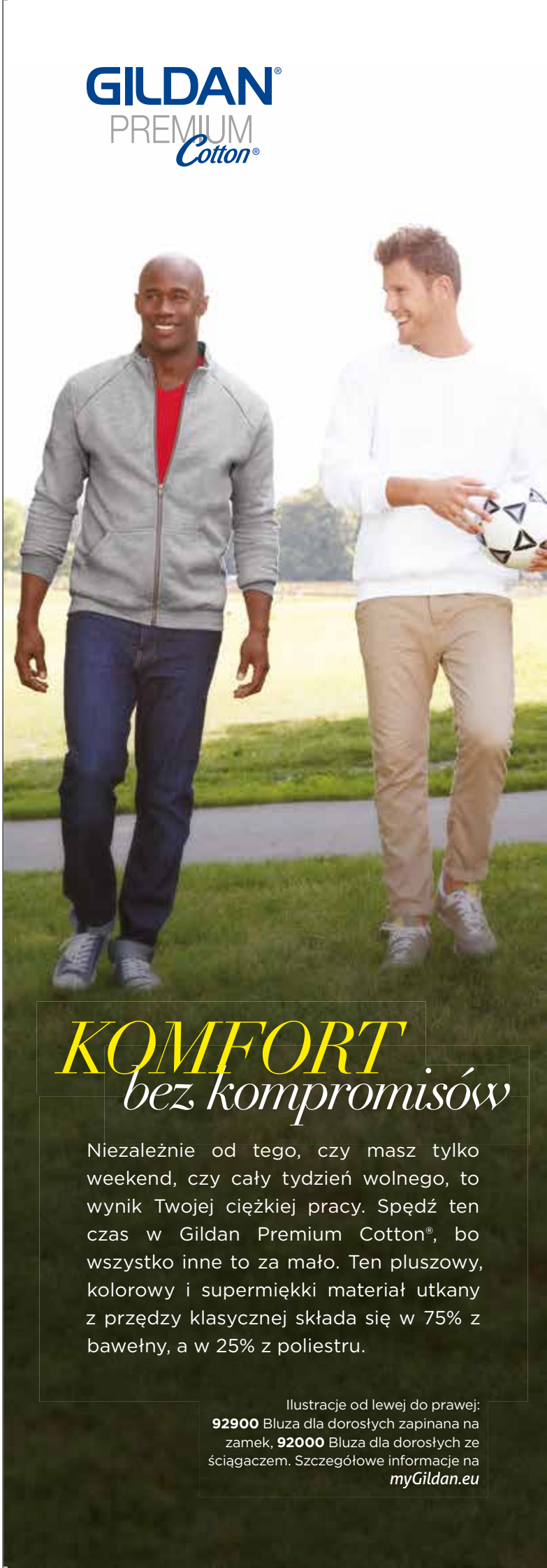


Branża reklamowa gadżetami stoi. Najnowszy raport Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych jednoznacznie dowodzi, że ponad 80 procent marketerów do kreowania wizerunku firmy wykorzystuje upominki reklamowe. Wśród nich niezmiernie istotną rolę pełni odzież reklamowa i różnego rodzaju tekstylia, których pełną gamę zobaczyć będzie można podczas poznańskich Targów Reklama360 odbywających się w dniach od 29 września do1 października 2015 roku.

Nie tylko nastroje konsumenckie, ale również ożywienie gospodarcze dowodzą, że czas gospodarczej destabilizacji mamy już za sobą. Można to zauważyć również na przykładzie uwalnianych budżetów marketingowych, które co prawda w pierwszej kolejności koncentrują się na promocji w sieci, ale zaraz potem wydatkowane są na BTL. „Dostawcy upominków reklamowych, w tym również odzieży promocyjnej, jednoznacznie podkreślają, że dla ich klientów najważniejsze są rozsądne relacje ceny do jakości", mówi Ilona Rosiak-Łukaszewicz, dyrektor Targów Reklama360. „Potwierdzają to również wspomniane wyżej badania Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych, gdzie ponad 68 procent ankietowanych wskazało właśnie jakość jako wartość priorytetową", dodaje.

Przyjedźcie, zobaczcie, poznajcie

Nieocenioną jest praca przedstawicieli handlowych, którzy przemierzając tysiące kilometrów docierają do potencjalnych klientów z coraz atrakcyjniejszymi katalogami. Jak się jednak oka-



zuje, również targi branżowe mają swoją moc. Po pierwsze stanowią główny motor napędowy w kwestii zapotrzebowania na artykuły promocyjne. Po drugie wydarzenia takie jak Reklama360 dają niepowtarzalną możliwość odbycia kilkudziesięciu aktywnych rozmów sprzedażowych z klientami. „Tegoroczna edycja Targów Reklama360 koncentruje się wyłącznie na relacjach B2B, realizując cel merytoryczny – skupić uwagę środowiska reklamowego i marketingowego na kwestii personalizacji i indywidualnego podejścia do klienta oraz cel biznesowy – zaprezentować nowym klientom innowacyjne rozwiązania, a z dotychczasowymi utrwalić relacje", wyjaśnia Ilona Rosiak-Łukaszewicz.

Pierwszoligowi wystawcy

Wśród wystawców tegorocznej edycji Targów Reklama360 nie może zabraknąć producentów i importerów odzieży promocyjnej, którzy poza stoiskami wystawienniczymi swoje kolekcje zaprezentują również na wybiegu. „Interaktywna forma ekspozycji to efekt naszej otwartości na potrzeby rynku", tłumaczy Ilona Rosiak-Łukaszewicz. „Chcemy umożliwić wystawcom jak najwięcej narzędzi promocji, bez których trudno mówić o skutecznej sprzedaży." Z Tej możliwości skorzystają



między innymi firmy Texet, LPP oraz L-Shop Team, a patronem medialnym pokazów będzie magazyn branżowy „T&P Tekstylia – Zdobienie i Promocja".

Wymarzeni zwiedzający

Międzynarodowe Targi Poznańskie, organizator Reklamy360 to niekwestionowany lider w branży wystawienniczej, który gości rocznie ponad 12 000 wystawców. Reprezentujący ich dyrektorzy marketingu oraz specjaliści zatrudnieni w ich działach stanowią jedną z głównych grup zwiedzających. Drugą będą z kolei przedstawiciele agencji reklamowych, pracowni reklamy i zakładów świadczących usługi kreacji i druku reklamy.

Poza artykułami z zakresu odzieży reklamowej zwiedzający będą mogli zapoznać się również z ofertą firm reprezentujących branże gadżetów reklamowych, poligrafii reklamowej, żywności reklamowej, systemów ekspozycyjnych i zabudowy targowej oraz technologicznych nowinek, takich jak aplikacje mobilne i tym podobne.



Wydarzenia towarzyszące

Niekwestionowanymi gwiazdami Targów Rekla-

ma360 będą rzecz jasna wystawcy. Aby jednak jeszcze efektywniej spędzić czas na targach zwiedzający oraz wystawcy będą mogli wziąć udział w wydarzeniach towarzyszących o bardzo silnym ładunku merytorycznym.

Na scenie Kreatywnej Areny głos zabiorą szkoleniowcy z zakresu reklamy i marketingu! Wśród nich pojawią się m.in. przedstawiciele MentalWay z Michałem Wawrzyniakiem na czele, którzy opowiedzą o motywacji do pracy i zaszczepią w uczestnikach szkolenia pozytywną energię. Bartłomiej Juszczyk z Agencji ADWEB opowie o personalizacji wg Philipa Kotlera i tym jak zmienia się podejście do marketingu i segmentacji. W swoim drugim bloku tematycznym poruszy kwestie najnowszych trendów w reklamie i wyjaśni, co pobudza zmysły współczesnych konsumentów i jak zarządzać własnym budżetem reklamowych.

W ramach Kreatywnej Areny wystąpi również dr Joanna Rajang, certyfikowany coach z wieloletnim doświadczeniem a jednocześnie dyrektor firmy szkoleniowej Personel System, która zdradzi tajemną wiedzę i w trzech blokach tematycznych odpowie na pytania: Jak sprzedawać drożej? Jak sfinalizować sprzedaż, czyli co zrobić, jeśli Klient mówi „to ja się zastanowią" oraz co to jest psychologia przyciągania Klienta?

www.reklama360.eu

ALPINETEX

www.polary.pl

TERAZ RÓWNIEŻ

www.softshelle.pl

POLSKI PRODUCENT KURTEK POLAROWYCH I SOFTSHELLOWYCH