

PLAN SPOTKANIA W DNIU 17 GRUDNIA 2010
SIEDZIBA FIRMY GAWIN

Rejestracja gości; 11:30-12:00

Działania promocyjne adresowane do polskich producentów mebli; 12:00-13:00

- Organizowanie polskich ekspozycji w trakcie najważniejszych targów meblowych między innymi w takich ośrodkach jak: Mediolan, Kolonia, Paryż, Walencja, Birmingham, High Point, Shenzhen.
- Koncentracja działań na grupach zakupowych i handlowych oraz mediach – organizacja misji wyjazdowych i przyjazdowych - promocja polskiego przemysłu oraz kultury polskiej.
- Organizacja ogólnopolskiej konferencji na temat przyszłości meblarstwa w Europie i na świecie.
- Przygotowanie i opublikowanie serii materiałów promocyjnych w znanych i uznanych czasopismach branżowych w wybranych krajach europejskich.
- Przygotowanie badań i analiz na temat potencjału popytowego krajów docelowych wraz z analizą kanałów dystrybucji na wybranych rynkach, a następnie udostępnienie wyników badań producentom.
- Przygotowanie analiz otwartości wybranych rynków zagranicznych (głównie z krajów Europy Wschodniej) na inwestycje w dziedzinie meblarstwa oraz warunków prowadzenia działalności gospodarczej na rynkach docelowych i udostępnienie tych informacji polskim producentom mebli.
- Wpisanie przemysłu meblarskiego jako preferowanego odbiorcy dotacji z Funduszy Unijnych zarówno ogólnopolskich jak i regionalnych.
- Promowanie polskiego wzornictwa i projektantów.
- Publikacje za granicą na temat polskich mebli przede wszystkim ze zwróceniem uwagi na bardzo wysoką ich jakość.
- Podczas wyjazdów wyższej rangi delegacji państwowych (prezydent, premier) powinni uczestniczyć przedstawiciele znanych firm meblarskich (o znanych w Polsce markach).

Przerwa kawowa; 13:00-13:15

Działania promocyjne adresowane do odbiorców mebli; 13:15-14:00

- Przygotowanie kampanii w mediach typu „life style” i „business” (prasa, TV, oraz Internet) na temat polskich mebli, w tym również uwzględnienie udziału dziennikarzy w misjach przyjazdowych.
- Przygotowanie publikacji o charakterze bezpośredniej oferty handlowej, zawierającej silne elementy promocyjne kraju. Podstawowym nośnikiem takiej publikacji powinien być Internet, ale w miarę zapotrzebowania i w dostosowaniu do specyfik rynków lokalnych należy też rozważyć celowość wydawania wersji drukowanej materiałów promocyjnych.

Działania adresowane do instytucji rządowych promujących Polskę; 14:00-14:30

(Ambasady, Urzędy, Instytuty i Agencje Rządowe) – materiały filmowe i drukowane na temat polskiego meblarstwa oraz Polski jako kraju o rozwiniętym przetwórstwie przemysłowym – dystrybuowane przez Internet lub pocztę.

Przerwa kawowa; 14:30-14:45

Prezentacja założeń projektu MEBLE POLSKA 2011; 14:45-15:30

- Kontraktacja B2B – nowa strefa kontaktów.
- Nowy sposób prezentowania oferty – sprzedajemy meble, nie wygląd stoiska.
- Nowy sposób lokalizacji wystawy

Dyskusja i zakończenie; 15:30-16:00