

STROKOVNA EKSKURZIJA SEJEM NATOUR ALPE – ADRIA

Avtorici prispevka:

Dijana Bjelančević in Biljana Pockova

Sva študentki drugega letnika Višje strokovne šole v Postojni na programu Poslovni sekretar. Višja Strokovna šola v Postojni je regijsko višješolsko središče z bogato ponudbo z različnih programov in oblik izobraževanja za gospodarstvo v regiji, na ta način zadostuje potrebam in pričakovanjem okolja. Poznana je predvsem po kvaliteti in pretoku znanja, odprtosti in sprejemanju novosti, modernih metodah poučevanja in prilagodljivosti. Študentom in zaposlenim daje možnost nadaljnega, osebnega in delovnega razvoja in aktivnega sodelovanja, pri oblikovanju okolja v katerem živimo. V okviru predmeta Trženje in tržno komuniciranje sva se 31.01.2018 odpravili na strokovno ekskurzijo v Ljubljano na Gospodarsko razstavišče z namenom obiska sejma Natour Alpe-Adria.



Sejem Natour Alpe-Adria je bil na voljo obiskovalcem v obdobju 31.01.2018 – 03.02.2018, od 10. do 19. Ure. Vsak obiskovalec ob nakupi vstopnice ob vhodu na sejmišče prejme sejmski katalog, revijo Oddih s seznamom razstavljalcev in opisom obsejemskega dogajanja, ter možnost nagradnega sodelovanja za Sanjski oddih na Šrilanko za 2 osebi.

Na sejmu Natour Alpe-Adria sodelovalo je prek 200 turističnih ponudnikov iz Slovenije, Bosne in Hercegovine, Hrvaške, Srbije, Albanije, Italije, Avstrije, Madžarske, Češke Republike, Jordanije in Nepala.

Glavni cilj obiska sejma je bil da v praksi spoznamo čim več orodij tržnega komuniciranja. Prepoznali sva skoraj vsa orodja tržnega komuniciranja:

1. Oglaševanje: tiskani oglasi, plakati, embalaža, letaki v embalaži, brošure, knjižice, panoji, prikazovalniki (displayi) na prodajnem mestu, avdiovizualni materiali, simboli, logotipi.
2. Pospeševanje prodaje: nagradna tekmovanja, premije in darila, vzorci, sejmi in trgovske predstavitve, razstave, demonstracije, nagradni kuponi, rabati, znižanja, zabavne prireditve, ugodno financiranje, trgovske znamke, izobraževanje prodajnega osebja.

3. Odnosi z javnostmi in publiciteta: tiskovne konference, govori, seminarji, dobrodelne dotacije, sponzoriranje, donatorstvo, glasilo podjetja, dogodki, identitetni znaki, telefonske informacijske storitve.
4. Osebna prodaja: prodajne predstavitve, prodajna srečanja, programi spodbud, vzorce, razstavne in sejemske predstavitve.
5. Neposredno trženje: katalogi, elektronske prodajalne, TV prodaja.



Med razstavljalci na sejmu Natour Alpe-Adria naju je najbolj navdušil prodajni prostor Nektar Natura.



Analizirali sva orodja, ki jih uporabljata in način kako promovira svoje izdelke

Nad obiskom sejma Natour Alpe-Adria sva navdušeni, saj nama je ponudil veliko praktičnih primerov trženja in tržnega komuniciranja. Sejem nama je omogočil da se na enem mestu srečava z velikim številom orodij tržnega komuniciranja.