



**ZENON MAŚLONA**

**Prezes Brenntag Polska Sp. z o.o.**

Dla przedsiębiorstw działających w sektorze B2B targi nie stanowią narzędzia bezpośredniej promocji sprzedaży, jak ma to miejsce w przypadku firm działających na rynku konsumenckim. Imprezy targowe służą nam raczej do budowy dobrych relacji z klientami naszej firmy. Spotkanie na stoisku to zupełnie inna forma kontaktu,

niż robocze spotkania w siedzibie klienta, czy w biurach naszej firmy. Targowe spotkania odbywają się w mniej formalnej atmosferze, bez pośpiechu, goście mają okazję poznać pełny skład personelu współpracującej z nimi komórki organizacyjnej naszej firmy. Ponadto, naszymi partnerami na takich imprezach są zazwyczaj wybrani dostawcy Brenntag Polska, dzięki czemu odwiedzający mogą uzyskać bezpośrednio od producentów technologiczne wskazówki oraz aktualne i wyczerpujące informacje na temat produktów. Stoisko naszej firmy często pełni też rolę punktu kontaktowego dla obecnych na imprezie przedstawicieli zaprzyjaźnionych przedsiębiorstw – chętnie udzielamy „schronienia” zmęczonym zwiedzaniem wystawy sympatykom naszej firmy. Wszystko to pozytywnie wpływa na obraz naszej spółki, jako firmy otwartej, przyjaznej i godnej zaufania, a więc podkreśla te cechy, które trudno jest eksponować przy użyciu mediów, takich jak prasa, internet, czy materiały drukowane.

Ujmując rzecz nieco krócej powiem, że uczestnictwo Brenntag Polska w starannie wybranych imprezach branżowych ma niewątpliwą wkład w dobre relacje firmy z partnerami handlowymi, co sprzyja rozwojowi naszej działalności.

Chciałbym dodać, w luźnym tylko związku z tym pytaniem, że moje wątpliwości budzi zasadność organizacji niektórych branżowych imprez targowych każdego roku. Liczne duże targi przemysłowe, takie jak np. „K” w Düsseldorfie, są w Europie Zachodniej organizowane w cyklu dwuletnim, a nawet trzyletnim, co podnosi ich rangę i wartość merytoryczną, ponieważ dostawcy surowców przemysłowych nie zmieniają swojej oferty aż tak często jak producenci dóbr konsumpcyjnych. Podobny trend możemy ostatnio obserwować i w Polsce. Dlatego uważam, że również targi Plastpol, gdyby odbywały się co dwa lata, byłyby wydarzeniem o znacznie większej sile oddziaływania.

