



'In zes interessante hoofdstukken, aangevuld met een aantal cases, wordt een waardebeoordeling van beursdeelname besproken'

WAARDEDENKEN BIEDT MEETBAARHEID

Dat live communicatie een niet weg te denken onderdeel moet zijn van de communicatiemix van bedrijven behoeft bij de lezers van dit blad geen be- toog: we zijn allemaal op één of andere manier betrokken bij het medium en kennen de kracht van succesvolle beursdeelname.

Toch vindt er bij veel (potentiële) deelnemers bij de vraag om deel te nemen nog steeds veel afweging plaats op puur prijs en direct resultaat.

Om deze deelnemers beter van dienst te kunnen zijn – en zo de positie van de branche te ver- sterken- heeft CLC-VECTA het initiatief genomen om middels onderzoek de meerwaarde van live communicatie vast te kunnen stellen en meetbaar te maken om daarmee het medium nog duidelijker te kunnen profileren. De kennis die uit dit onderzoek werd verkregen is in een rapport samengebracht en kreeg als naam: 'Een waardemodel voor beursdeelname'.

Kosten en waarde

In zes interessante hoofdstukken, aangevuld met een aantal cases, wordt een waardebe- paling van beursdeelname besproken. Zodra beslissers niet alleen geconfronteerd worden met kosten, maar vooral met de te behalen waarde uit beursdeelname, kan de kracht van het medium veel nadrukkelijker worden aangetoond. Het rapport biedt op deze wijze een hand- vat aan spelers in de beursbranche om klanten beter onderbouwd te laten deelnemen en om meer resultaat uit hun beursdeelname te halen.

Denkkader

Het rapport biedt betrokkenen bij het medium live communicatie een denkkader van waaruit gewerkt kan worden. De auteurs (K. Wiegink en E. Peelen) zien in het waardedenken een belangrijke behoefte waarin de branche moet gaan voorzien om zich verder te kunnen ontwik- kelen. Alléén als exposanten hun beursdeelname als succesvol kunnen vaststellen middels meetbare resultaten ('accountability') kan een positieve ontwikkeling van de sector worden nagestreefd. ■