

Z Barbakanem na targi i na... wycieczkę

7-8 kwietnia odbyły się Targi Spożywcze Barbakan 2000. To już druga edycja imprezy, w której uczestniczyło ponad 60 wystawców, w tym 15 po raz pierwszy. Korzyści z niej są wielostronne – mówi Viola Kulińska, kierownik działu marketingu firmy Barbakan – Producenci dzięki bezpośrednim kontaktom z odbiorcami mogą zwiększyć sprzedaż, właściciele hurtowni i sklepów skorzystać z upustów przygotowanych przez producentów specjalnie na targi, a organizator, firma Barbakan, zjednać sobie więcej sklepów do współpracy i poszerzyć ofertę handlową.

Opinię tę potwierdzają uczestnicy targów. Wojciech Nanke z Hortexu powiedział, że formuła zaproponowana przez organizatorów jest bardzo atrakcyjna. Nie ogranicza się tylko do wystawy, ale stwarza możliwość zawierania transakcji. – Tu spotykamy naszych klientów. W tym roku mamy znacznie więcej zamówień niż w ubiegłym.

Zadowolony jest również Marek Polak dyrektor ds. handlowych firmy Polan z Tarnowa, uczestniczący w targach po raz pierwszy. – Możemy mówić o bardzo dużych zamówieniach, jak również zorientować się, jakie wyroby cieszą się szczególnym zainte-

resowaniem. Po tegorocznej imprezie spotkamy się z właścicielami Barbakanu, aby omówić szczegóły dalszej współpracy – deklaruje.

Chcąc zachęcić do zawierania transakcji, organizatorzy wprowadzili konkurs dla



klentów. Zamówienia złożone w oznaczonych stoiskach punktowane były specjalnymi talonami. Po zebraniu odpowiedniej liczby punktów można było wygrać cenną nagrodę rzeczową. Każde 5 punktów uprawniało ponadto do zakręcenia „kołem fortuny” i zdobycia długopisu, kubka bądź innego drobiazgu firmowego Barbakanu. Uregulowanie zobowiązań w ciągu tygodnia da-

wało szansę na wygraną jednej z trzech nagród głównych: zestawu kina domowego, telewizora lub wycieczki w firmowym biurze... turystyki. Jest to nowa sfera działalności Barbakanu.

Istniejemy od połowy grudnia ubiegłego roku – mówi Jolanta Wrześniak zajmująca się finansami biura – Chcemy pomóc naszym klientom, którzy nie mają czasu na szukanie ofert w różnych biurach podróży. Dostarczamy im ankietę, w której prosimy o określenie potrzeb – rodzaju, standardu, orientacyjnego terminu wypoczynku. Po analizie tych danych oraz oferty biur podróży przedstawiamy kilka najlepszych propozycji.

Jedną z nich są wyjazdy szkoleniowe i integracyjno-motywacyjne dla pracowników firm. Organizuje się je najczęściej w zaściankowych dworach i pałacach Małopolski i Podkarpacia. W ten sposób tworzymy też nowy wizerunek firmy – mówi Bogdan Wrześniak, współwłaściciel Barbakanu. – Rozszerzając działalność, chcemy jeszcze bardziej pomóc naszym klientom w ich pracy. Temu celowi służyło również zorganizowanie podczas targów seminarium „Jak podnieść rentowność twojego sklepu”, prowadzone przez znaną agencję szkoleniową Bujnowicz & Partnerzy.