

المعارض التجارية

- المعتقد الشائع - يعتقد المنتجون أن كل ما يحتاجونه هو الوصول إلى الريادة في السوق، مما يدفعهم ذلك غالبًا إلى إقامة المعارض التجارية.
- من الضروري معرفة المنتجات التي يحتاجها السوق، وتحديد الأسعار المناسبة لها، بحيث يُكَلَّل المعرض التجاري بالنجاح.

الإيجابيات	السلبيات
مقابلة العديد من المشترين المحتملين	في الولايات المتحدة، تُلبي معظم المعارض احتياجات المحال التجارية الصغيرة التي تضطلع بأنشطة الاستيراد المباشرة
إمكانية الحصول على طلبيات كبيرة وبوتيرة مستمرة	احتمالية الحصول على طلبيات كبيرة من المستوردين الذين يمثلونك في المعارض
الحصول على معلومات سوقية ذات قيمة كبيرة بشأن مجموعتك	تبلغ التكلفة المتوسطة للمعرض 10,000 دولار في كل مرة (ما لم يُدعم ماليًا)
فرصة سانحة للغاية لإنشاء علامة تجارية خاصة بك	من الضروري إقامة المعارض في كل عام حتى تتمكن من إنشاء علامة تجارية خاصة بك
قد تؤدي إقامة معارض الأسواق المتخصصة إلى الحصول على نتائج أفضل	ارتفاع مستوى التنافسية بشدة بسبب وجود مئات من العلامات التجارية المتنافسة