

Ticaretin Anahtarı Fuarçılık

Alıcı ve satıcıların bir arada olduğu pazarlar, en az ticaretin kendisi kadar eskidir. Kişisel etkileşim, günümüzün e-ticaret dünyasında bile, hiçbir zaman bu kadar önemli olmamıştı.

Ticari fuarlar ve sergiler hala gücünü koruyor ve küresel ölçekte kişi ve kurumları bir araya getirmeye devam ediyor.

Bu fonksiyonun doğal bir sonucu olarak her sektör için özel olarak kurgulanmış ve her türlü müşteriye hitap eden fuarlar bulunuyor.

Ticari fuarlar, satış profesyonelleri için çok sayıda potansiyel müşteriyle, işini geliştirmek ve büyütme için hazır bir kitleyle bir araya gelmek ve yüz yüze etkileşimde bulunmak için önemli bir fırsattır.

Özellikle uluslararası fuarlar, yeni pazarlara açılmak isteyen işletmeler için önemli avantajlar sunar.

Ürün ve hizmetler için bir pazar yeri olmasının yanında fuarlar, yabancı pazarlar, rakipler ve müşteriler hakkında da önemli ipuçları sağlar.

Yeni ürün ve hizmetleri tanıtmaya ve deneyimleme fırsatıyla birlikte, yaygın bir küresel ağa erişim avantajını da beraberinde getirir.

İşletmeler, uluslararası bir fuara katılmadan önce ilk olarak küresel pazara açılmaya hazır olup olmadıklarına karar vermelidirler.

Bir işletmenin operasyon ve satış bölgesini yeni pazarlar ekleyerek genişletmek, hafife alınmayacak kadar önemli bir karardır. Bu nedenle işlet-

menin işini bu doğrultuda büyütme kararını vermeden önce, değerlendirilmesi gereken çok sayıda faktör vardır.

İşletmelerin, yabancı pazarlara açılma konusunda hazır olup olmadıklarını ve hazırlarsa uluslararası fuarın doğru bir yöntem olup olmadığını belirleme konusunda en önemli yardımcısı Ticaret Odalarıdır.

Odalar, başta KOBİ'ler olmak üzere tüm üyelerine uluslararası ticaret konusunda önemli bilgi ve hizmetler sunarlar. Ayrıca bir bilgi ve deneyim kaynağı olmanın ötesinde fuarçılığı planlayarak ve yöneterek bu alanda önemli bir lider rolü üstlenirler.

Bu doğrultuda Odalar, düzenli olarak kamu kurumlarıyla çalışır; hem doğru fuar konularının seçilmesi hem de yerel işletmelerin kamu destekli fuar ve ticaret misyonlarına katılımı konusunda önemli bir misyon üstlenirler.

Ata Karnesiyle malınıza sınırsız özgürlük

ATA Karnesi, iş seyahatlerine yardımcı olup yeni fırsatlar yaratan bir araç olarak 77 ülke ve bölgede kullanılıyor ve küresel düzeyde ICC-Dünya Odalar Federasyonu tarafından yönetiliyor.

Karne, işletmelerin ürün ve ticari mallarını, gümrük duvarlarına ya da KDV ve gümrük vergisi gibi vergilere takılmadan fuar ya da ticari amaçlı göster-



Anthony Parkes
ICC Dünya Odalar Federasyonu
Genel Müdürü

rilere götürme olanağını sunuyor.

ATA Karnesi, iş seyahatlerine yardımcı olup yeni fırsatlar yaratan bir araç olarak 77 ülke ve bölgede kullanılıyor ve küresel düzeyde ICC-Dünya Odalar Federasyonu tarafından yönetiliyor.

Karne, işletmelerin ürün ve ticari mallarını, gümrük duvarlarına ya da KDV ve gümrük vergisi gibi vergilere takılmadan fuar ya da ticari amaçlı gösterilere götürme olanağını sunuyor.

Yeni pazarlar keşfeden işletmeler için ATA Karnesi, çoklu giriş çıkış imkanıyla bir yıla kadar geçerlidir.

ATA Karnesi, ticari mallar noktasında fuar stantları, kişisel bilgisayarlar, uçdular, endstriyel makine ekipmanlar, diagnostik ekipmanları, değerli taş ve takılar, fotoğraf ve video ekipmanları, bakım onarım malzemeleri, nadir taşlar ve taşıtlar gibi birçok ürünü kapsar. Karne ayrıca sanat eseri ya da canlı hayvan gibi özgün ve egzotik ürünler



için de kullanılabilir. Ek olarak, bilimsel ekipman, özel ve ticari kara taşıtları, uçaklar ve yatlar için de karne düzenlenebilir.

Karne üzerindeki ticari mallar şu üç kategoriden biri ya da birkaçı içinde değerlendirilir: Şimdi işinize olan tut-

- **Ticari Numuneler (gösteri yapılan ürünler)**
- **Profesyonel Ekipmanlar (ticari araçlar) ve**
- **Fuar ve Sergi (ticari fuarlar ve kültürel etkinlikler)**

kunuzu yeniden hatırlayın ve tekrar harekete geçmek için aşağıdaki kollarında adım atın.

İşletmeler ayrıca, anlaşmalarını tamamlamak için ICC'nin model sözleşmelerinden de yararlanabilirler.

Ticari fuarlar verimliliğin kaynağı

Ticari fuar ve sergiler, iş için pek çok düzeyde verimlidir, faydalıdır. İşletmeler için, yeni siparişler ve sözleşmeler, belki de yerel işbirlikleri ve

yeni istidam kaynaklarının kaynağıdır. Fuarlar sadece devasa küresel işletmeler için değil, KOBİ'ler için de önemli bir kaynaktır. Müşterilerle ve potansiyel gelecek müşterilerle yüz yüze iletişim fırsatı yakalamak, iş geliştirmek için hala eşsiz bir araçtır.

Geleceği planlamak isteyen kentler, ticari fuar, sergi ve konferansları teşvik eder; çünkü fuarlar kente sadece iş değil, aynı zamanda kentlerin marka değerine de önemli katkılar sağlar.

Bu etkinliklerle onbinlerce ziyaretçinin ilgisi uyandırılır. Bunun yanında etkinliklerin sağlayacağı çarpan etkisi ise muazzamdır.

Ayrıca fiziki mekan da fuarcılık için çok önemlidir. Mekan, kendi pırıltısını etkinliklere yansıtır ve gelecek fuar kongre ve etkinliklerin düzenlenmesi için önemli bir kaynak teşkil eder.

Fuar alanını, fuar ziyaretçilerini ve fuarlarda stant açanların mutluluğunu temin etmek isteyen işletmeciler, ciddi bir ekonominin itici gücü olurlar.

Bu ekosistemin oluşturacağı ekonomik kaynak, önemli bir enerjiyi oluşturur. Bu alanda çalışanların tüketim harcamaları, yeni istidam ve yatırımlarla bir araya gelir ve yerel kalkınma için kaynak teşkil eder.

Fuar ve kongre ziyaretçileri de ekonomik anlamda önemli bir kaynaktır. Konuklar, konaklama, yeme içme, eğlence ve ulaşım alanlarında ciddi bir tüketime imza atarlar.

Fuar ziyareti sonrası, ziyaretçilerin alışverişe çıkması ve kültürel ve sosyal alanlarda zaman geçirmesi yadsınamaz bir ekonomik araçtır.

Perakende, ulaşım, yeme içme ve eğlence alanında faaliyet gösteren işletmeler de böylece fuar ziyaretçilerinden doğrudan fayda sağlarlar.

Bu yüzden sizden ricam, sektörünüz ne olursa olsun yerel ve uluslararası fuarların gücünü kullanın.

Unutmayın ki fuarcılık, işimizi ve toplumumuzu büyütme için ciddi katkı sağlamaya hazır!



Orijinal metine buradan ulaşabilirsiniz.