

## Ni ud af ti udstillere fik nye kundekontakter!

Undersøgelsen er foretaget af Gallup blandt samtlige udstillere på METAL 2006.

I Gallups rapport fremgår det, at:

- 91% fik nye kundekontakter på METAL 2006
- 89% af udstillerne var tilfredse med markedsføringen af METAL 2006
- 81% mener, at deltagelse på METAL-messen er en vigtig eller meget vigtig profilering over for kunder og potentielle kunder.

Undersøgelsen viser desuden, at der 76% af udstillerne på METAL 2006 er tilfredse med udbyttet af deres deltagelse på messen og 83% er tilfredse med afviklingen af messen.

Endelig vurderer 62% af udstillerne det faglige niveau - blandt de kontakter, de fik på METAL 2006 - som højt eller særdeles højt. Kun 1% finder niveauet lavt.

## METAL 2006 blev besøgt af udstillernes primære målgrupper

Iflg. Gallup's undersøgelse er udstillernes "Top 7" over vigtigste målgrupper:

1. Produktions-/fabriks- og PTA-chefer
2. Driftsledere og værktørførere
3. Fabrikant/direktion/ledelse
4. Maskin-/produktions-/industriteknikere
5. Indkøbs- og logistikchefer
6. Udviklings- og kvalitetschefer
7. Værktøjsmagere

Iflg. statistikken over de besøgende på METAL 2006 kom 67% af de besøgende fra udstillernes "Top 7" over vigtigste målgrupper.

## Tilfredse besøgende

På messen blev besøgende stillet en række spørgsmål, som blandt andet afdækkede følgende:

- 97% fandt deres faglige udbytte af besøget tilfredsstillende
- 53% besøgte messen en hel dag
- 85% deltager i beslutninger vedrørende indkøb i deres virksomhed