

VAKBEURSBEZOEK IN NEDERLAND

Op basis van door N200 geregistreeerde bezoekers
van vakbeurzen in Nederland in 2012 en 2013

Achtergrond

- ◆ Anonieme registratiedata van 46 beurzen
- ◆ Periode 2012 – 2013 i.v.m. tweejaarlijkse cyclus van aantal vakbeurzen
- ◆ Bijna 500.000 als bezoeker geregistreerden
- ◆ Ruim 325.000 vakbeursbezoekers
- ◆ Bestanden geschoond op vergelijkbare vragen (in sommige gevallen betreft het een beperkt aantal beurzen)
- ◆ Bestanden geschoond op invalide cases
- ◆ Data in sommige gevallen gecodeerd of gehercodeerd
- ◆ Analyses

Inhoud

- ◆ PROFIEL BEZOEKER
 - Methode van registratie
 - Wijze van registratie
 - Moment van registratie t.o.v. beursdagen
 - Moment van registratie t.o.v. beursbezoek
 - Herkomst
 - Geslacht
 - Leeftijd
 - Rol in het aanschafproces
 - Bedrijfsgrootte totaal
 - Bedrijfsgrootte Nederlands bezoek
 - Bezoekdag
 - Bezoekfrequentie
 - Primaire bezoekenredenen
 - Wijze waarop op beurs geattendeerd

Inhoud

◆ OPKOMST

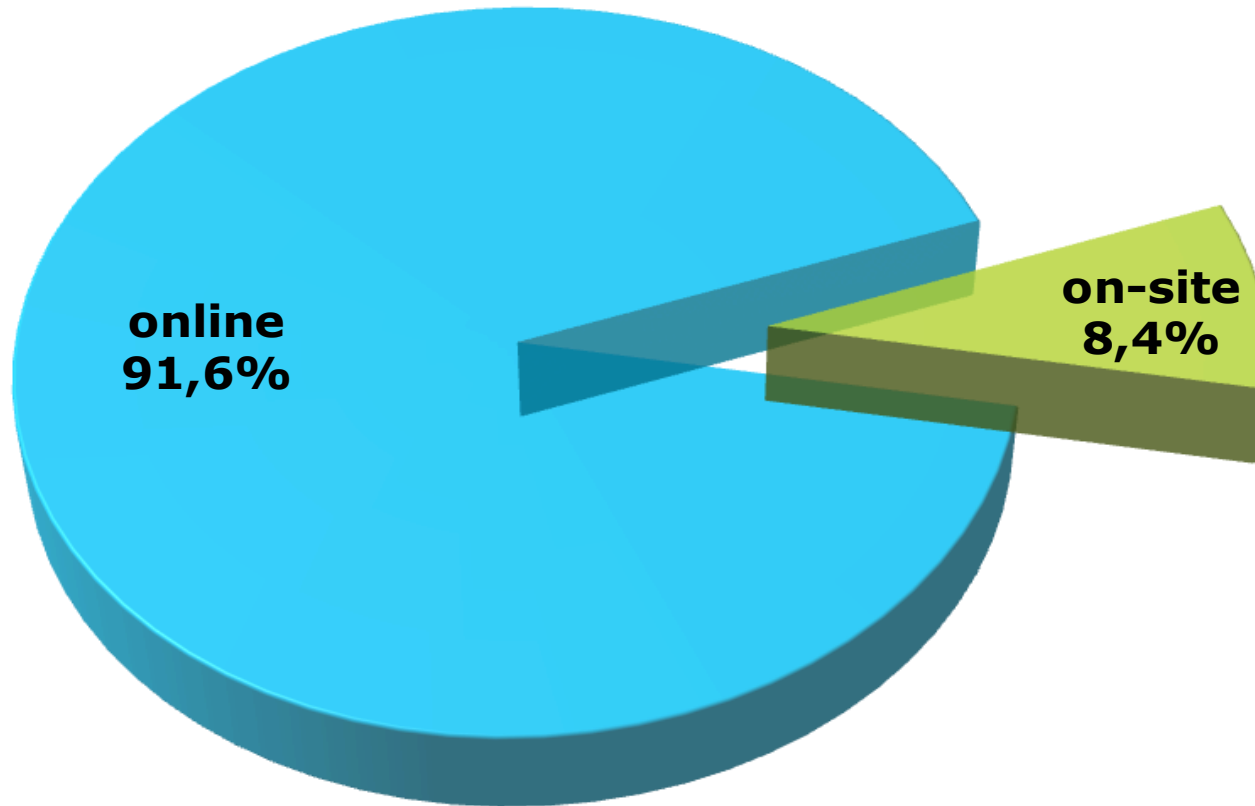
- Opkomst en no-show
- Opkomst naar wijze van registratie
- Opkomst naar moment van registratie
- Opkomst naar herkomst
- Opkomst naar geslacht
- Opkomst naar leeftijd
- Opkomst naar betrokkenheid bij aanschaf
- Opkomst naar bedrijfsgrootte
- Opkomst naar bezoekredenen
- Opkomst naar wijze waarop op beurs geattendeerd
- Opkomst naar typering vakbeurs

PROFIEL

Vrijwel iedereen registreert online

Methode van registratie

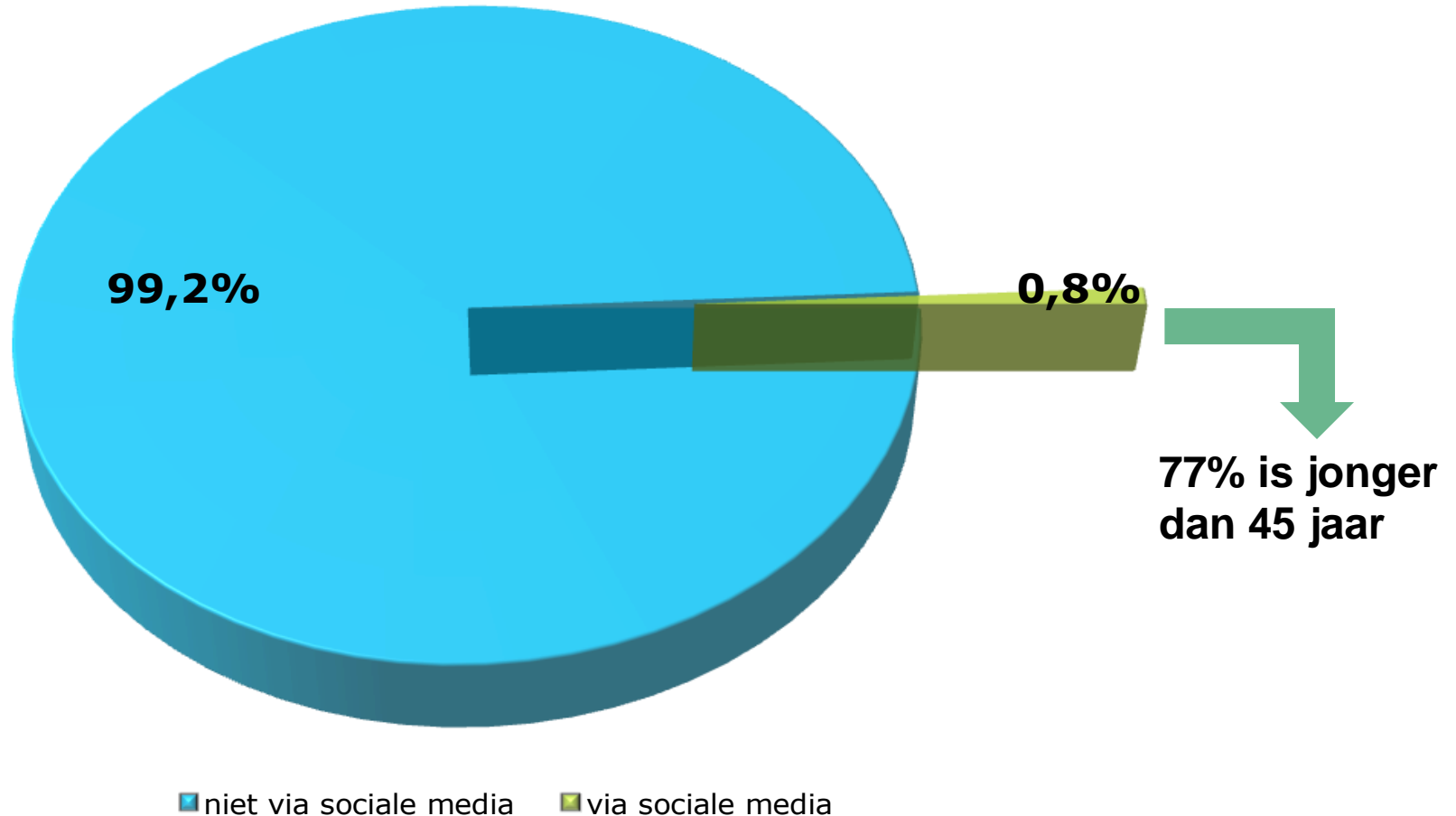
(basis: alle bezoekers; 46 vakbeurzen)



Registratie via social media is nog marginaal

Wijze van registratie

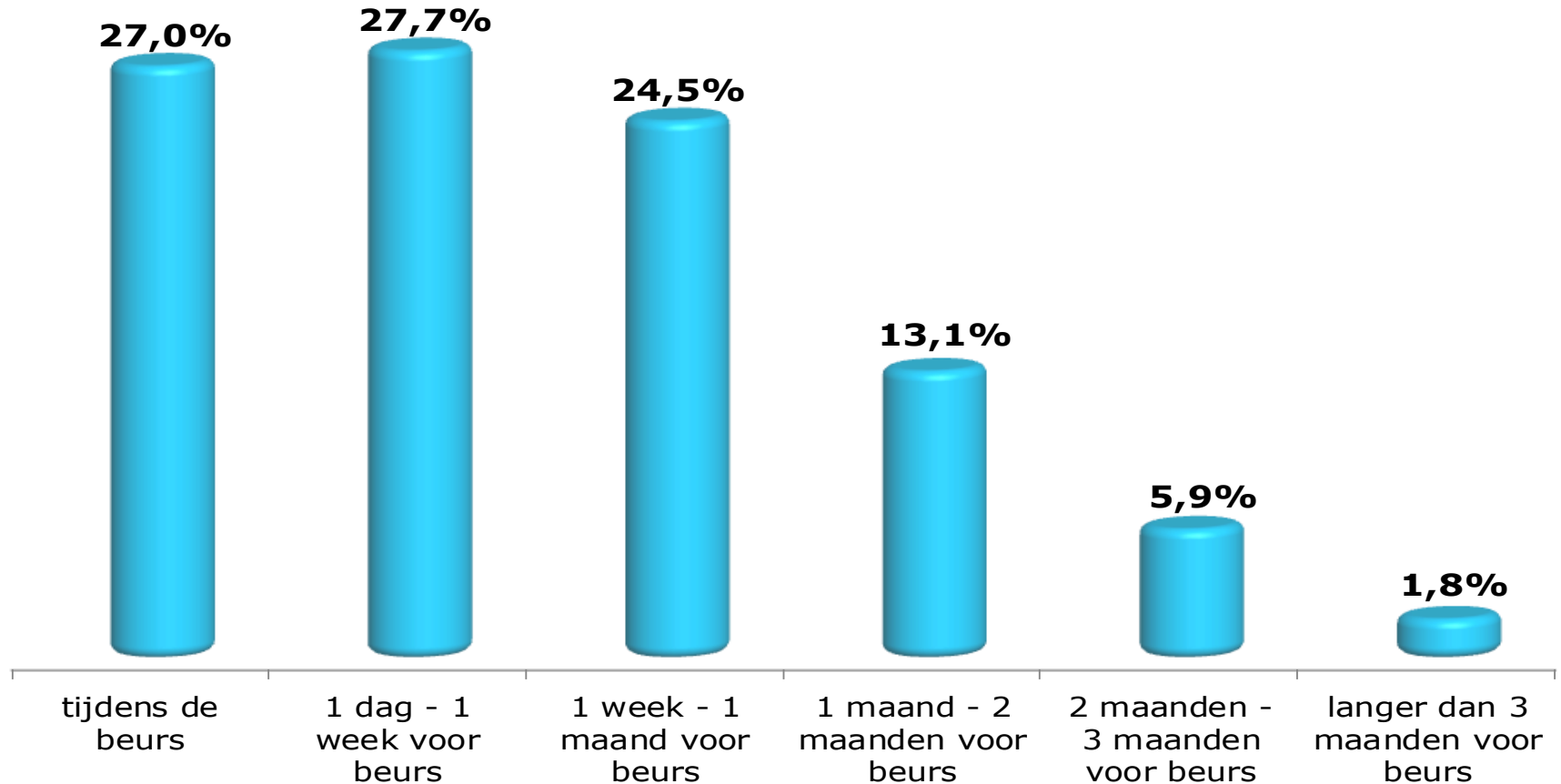
(basis: bezoekers van 14 vakbeurzen waarop registratie via sociale media is aangeboden)



Meerderheid registreert kort voor of tijdens beurs

Moment van registreren t.o.v. beursdagen

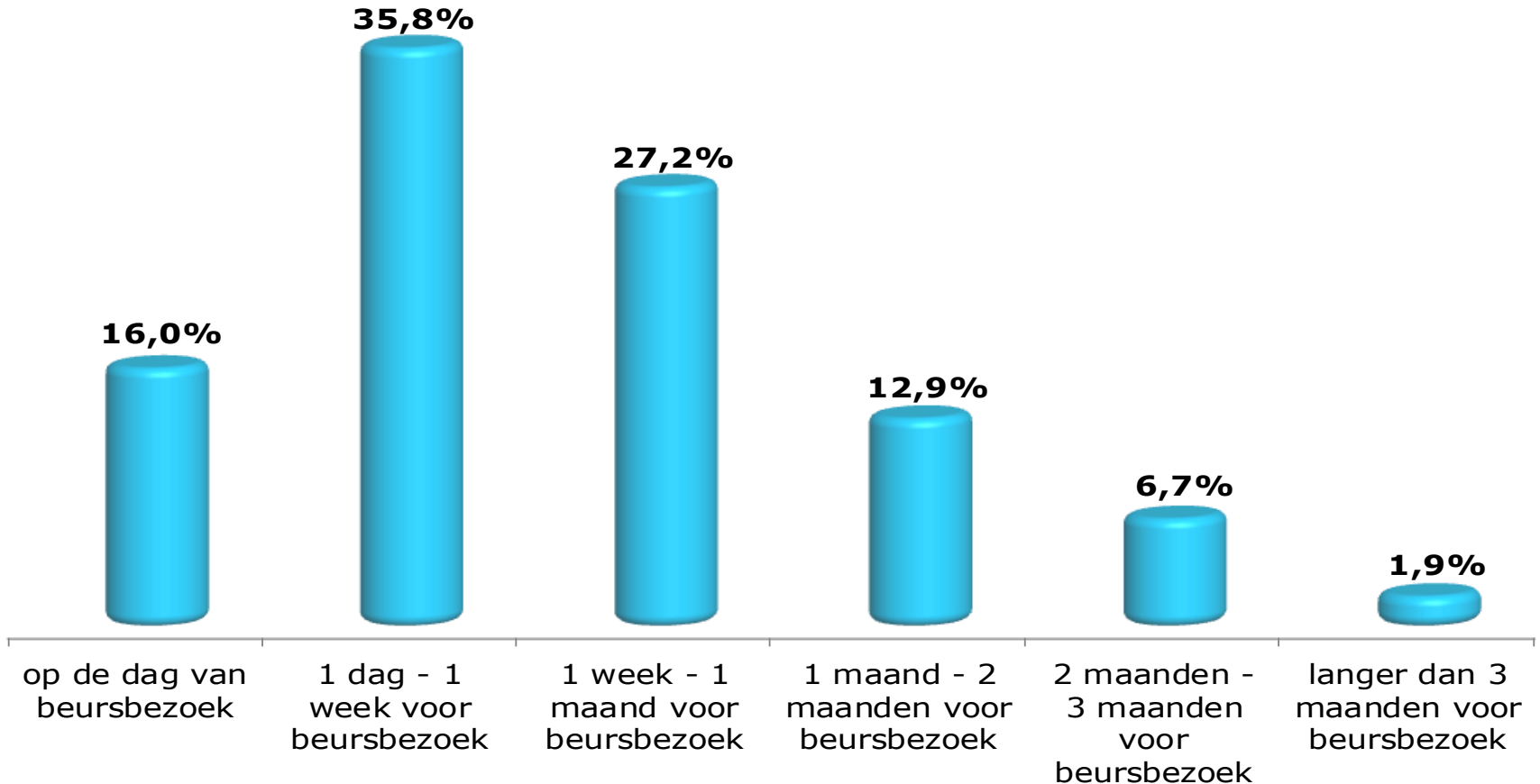
(basis: alle bezoekers; 46 vakbeurzen)



Helpt registreert vlak voor of op dag van bezoek

Moment van registreren t.o.v. beursbezoek

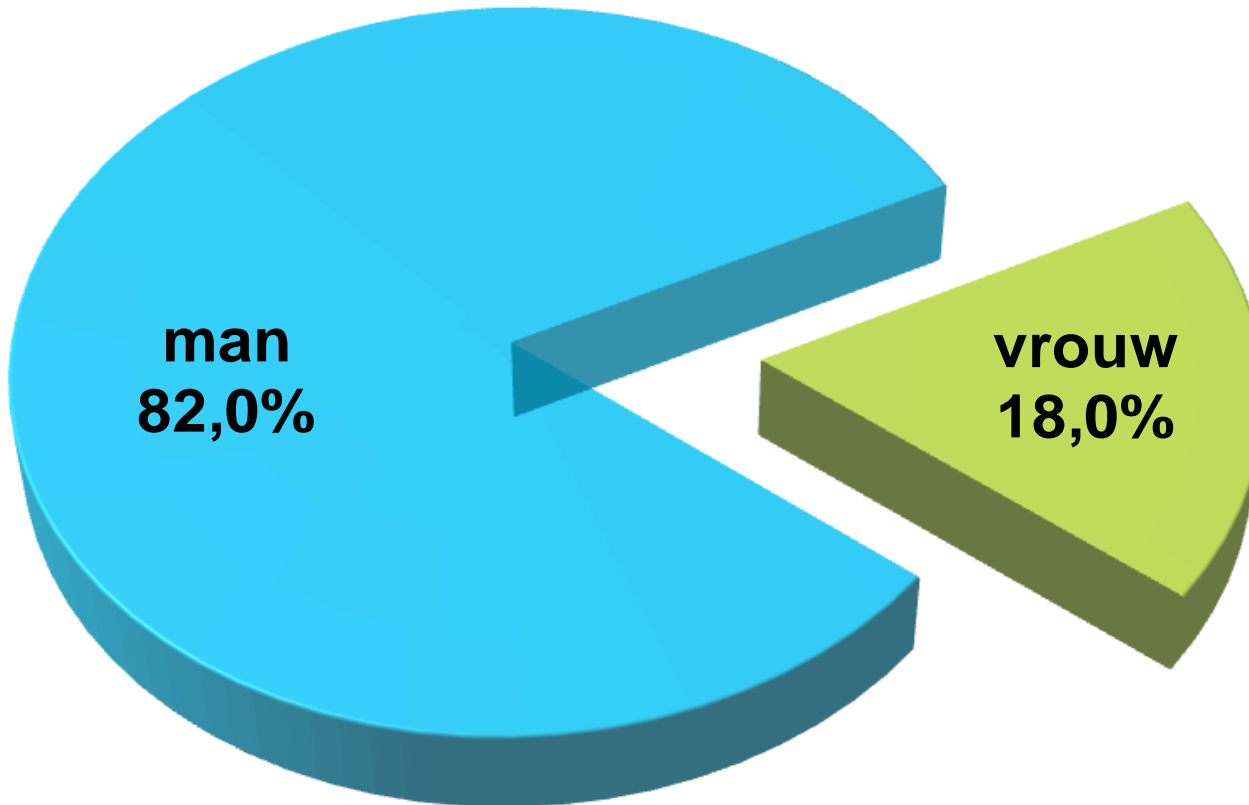
(basis: alle bezoekers; 46 vakbeurzen)



Bezoek is in overgrote meerderheid man

Geslacht

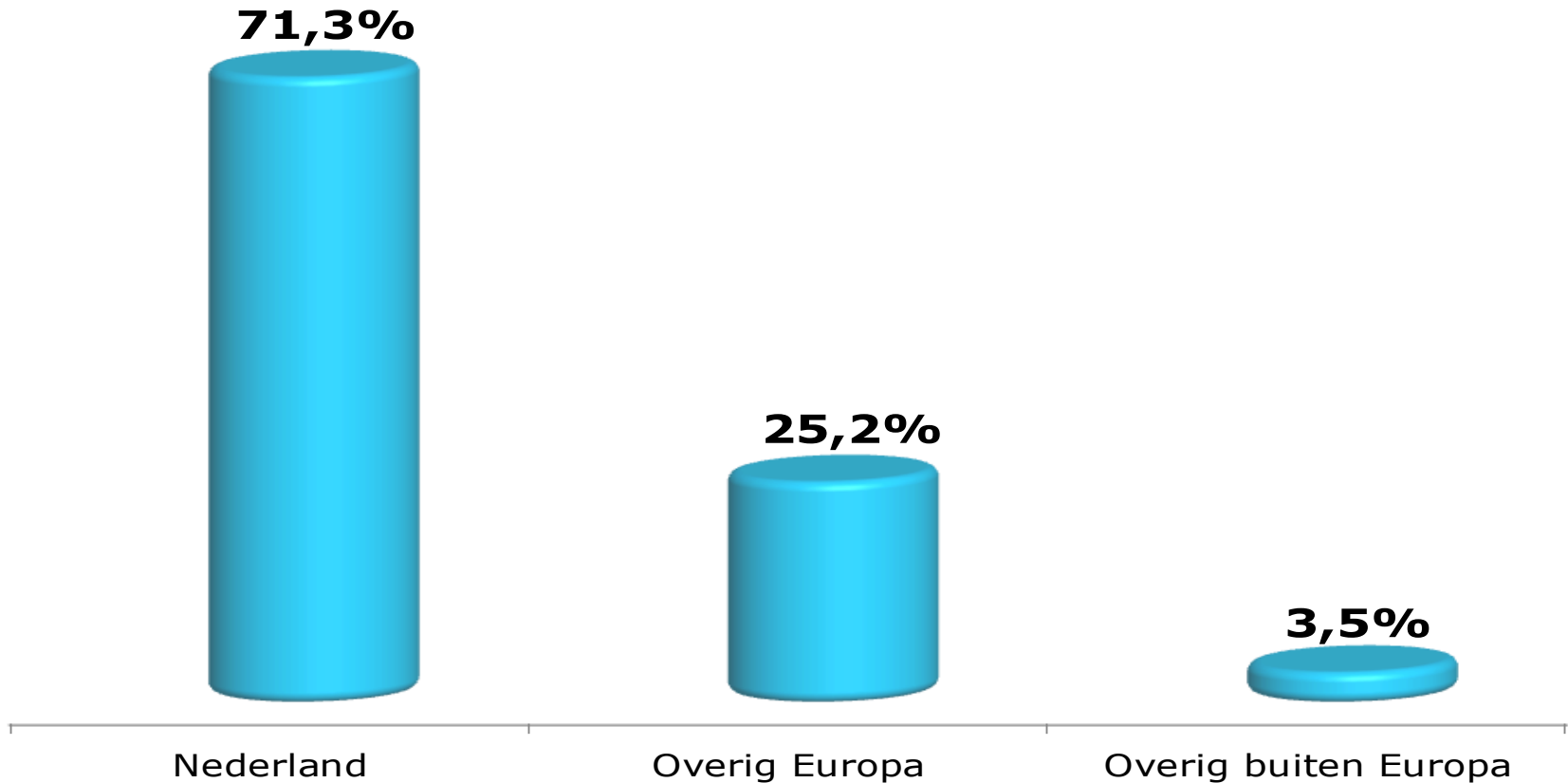
(basis: alle bezoekers; 46 vakbeurzen)



Ruim een kwart komt uit het buitenland

Herkomst

(basis: alle bezoekers; 46 vakbeurzen)



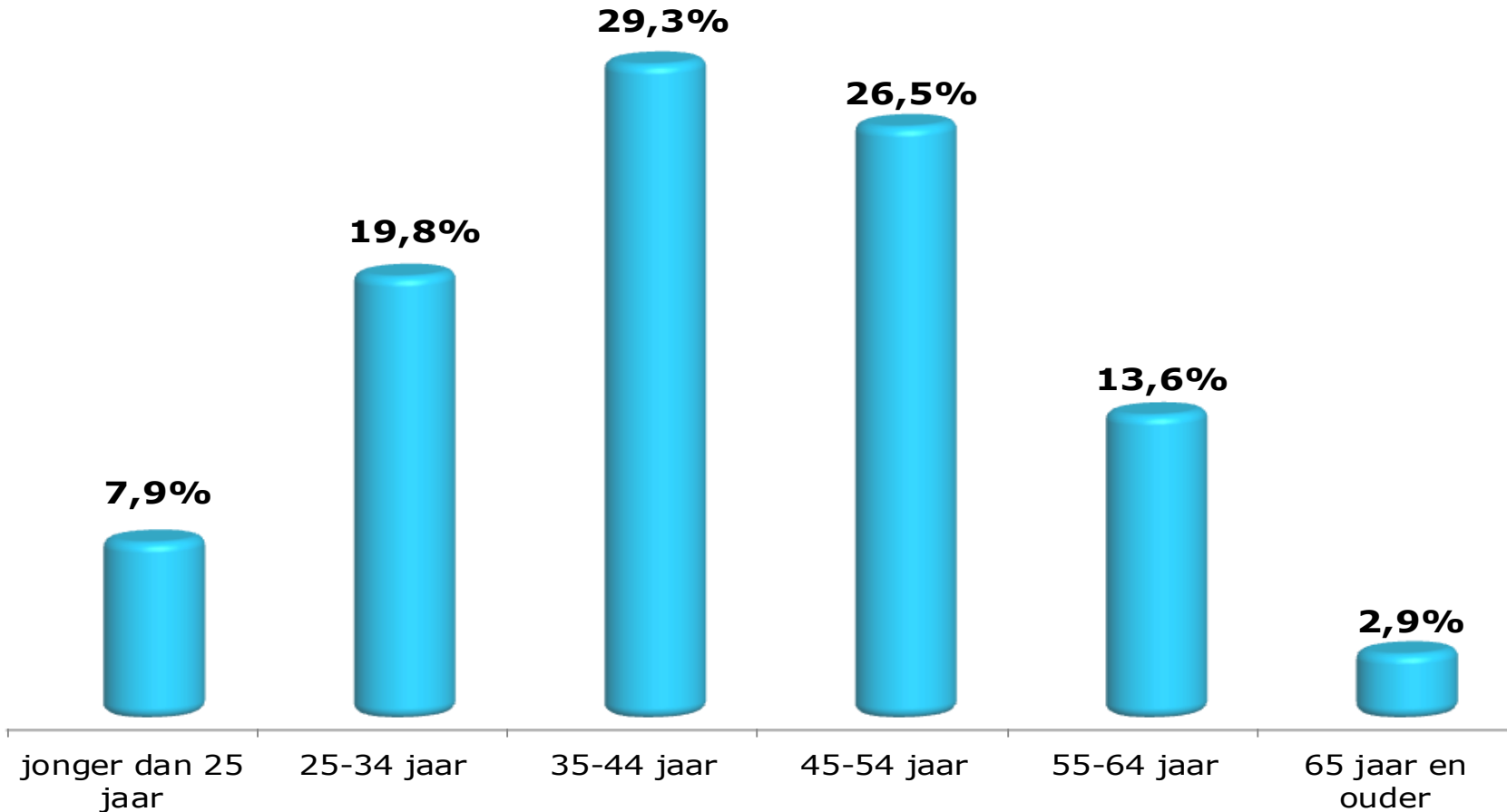
Bijna driekwart vakbeursbezoek is minimaal 35 jaar

Leeftijd

(basis: bezoekers van 23 vakbeurzen)

Gemiddeld: 42,3 jaar

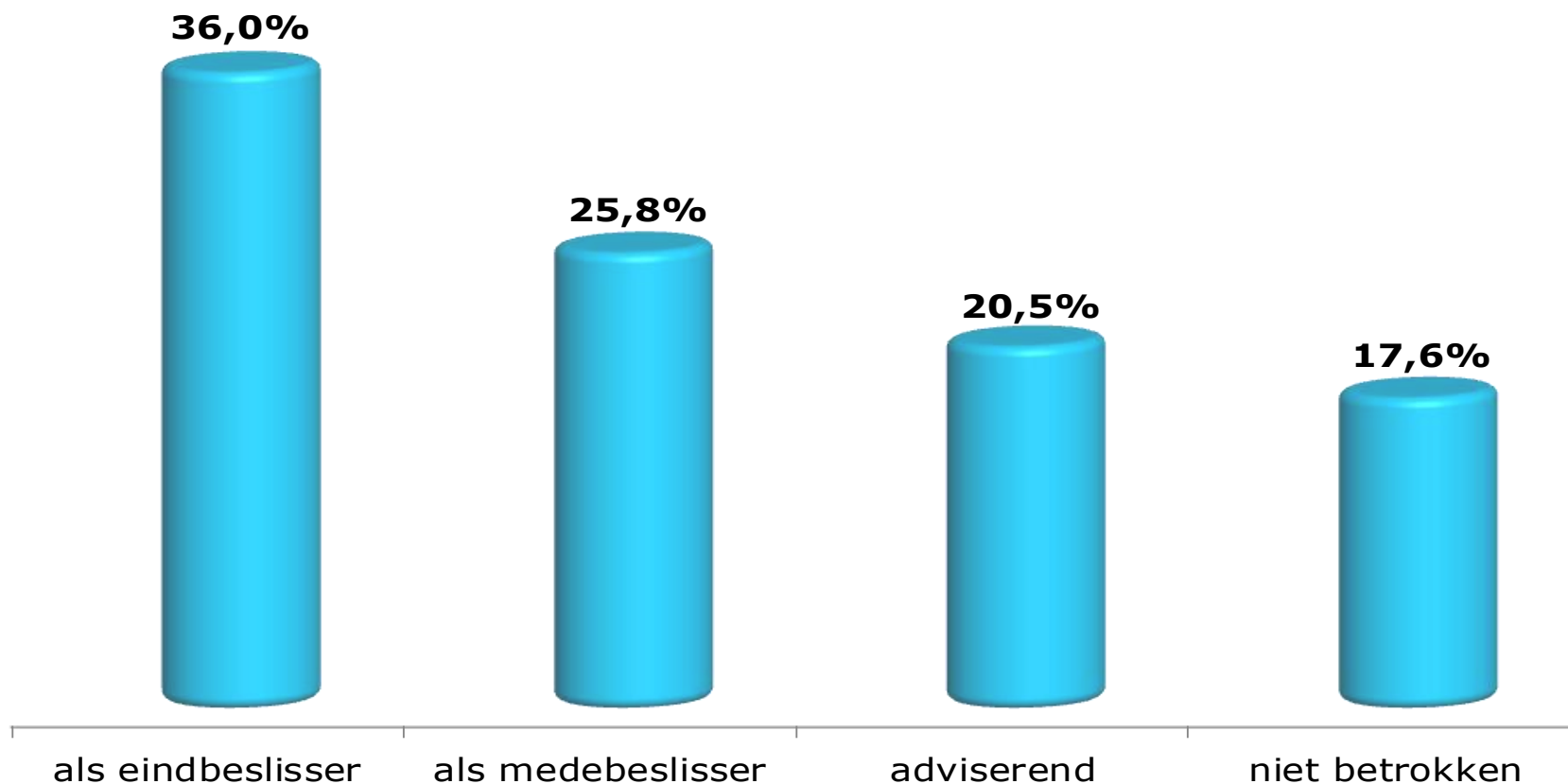
Mediaan: 43,0 jaar



82,4% vakbeursbezoek is betrokken bij aanschaf

Rol in het aanschafproces

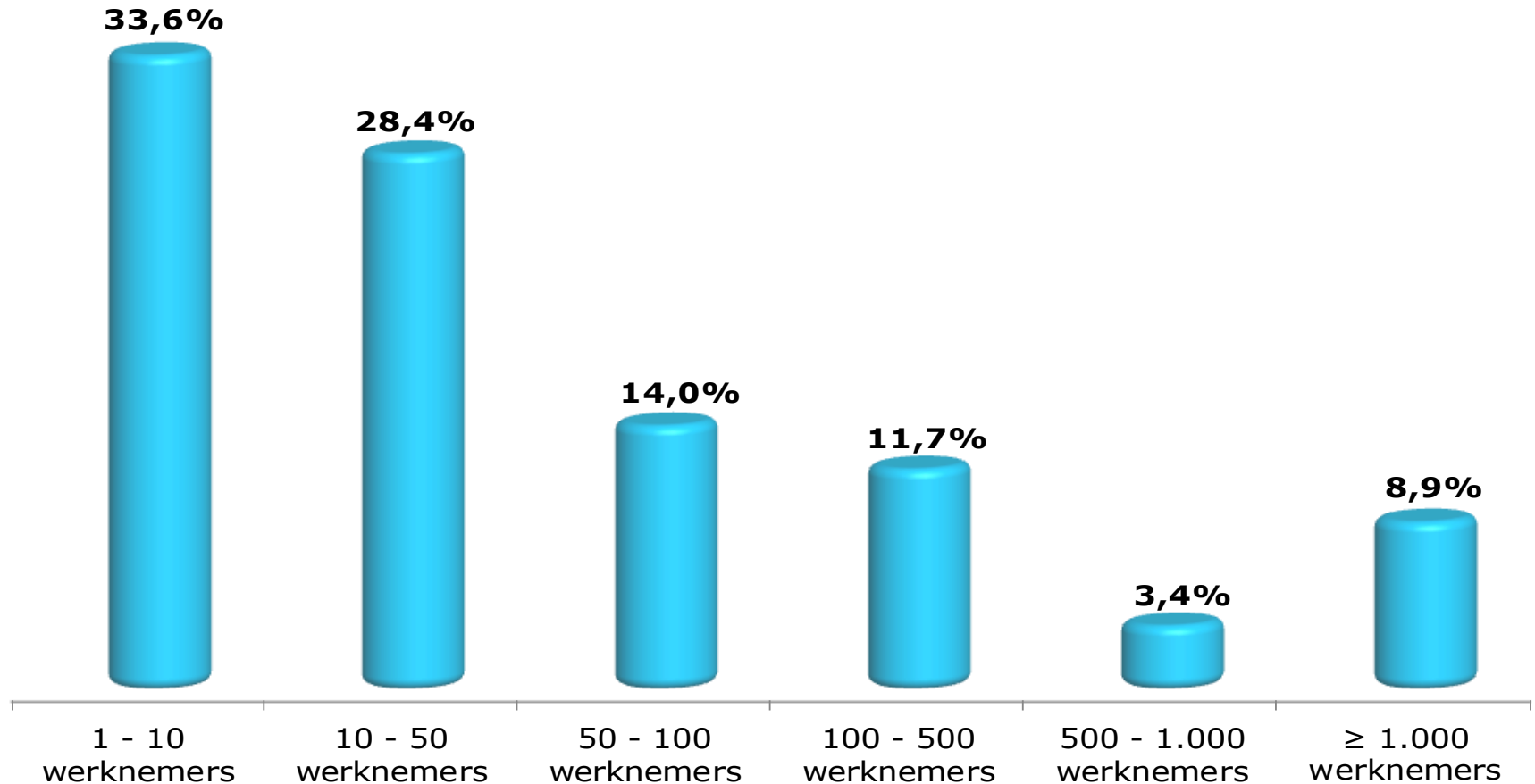
(basis: bezoekers van 25 vakbeurzen)



38% representeert bedrijf van ≥ 50 werknemers

Bedrijfsgrootte totaal

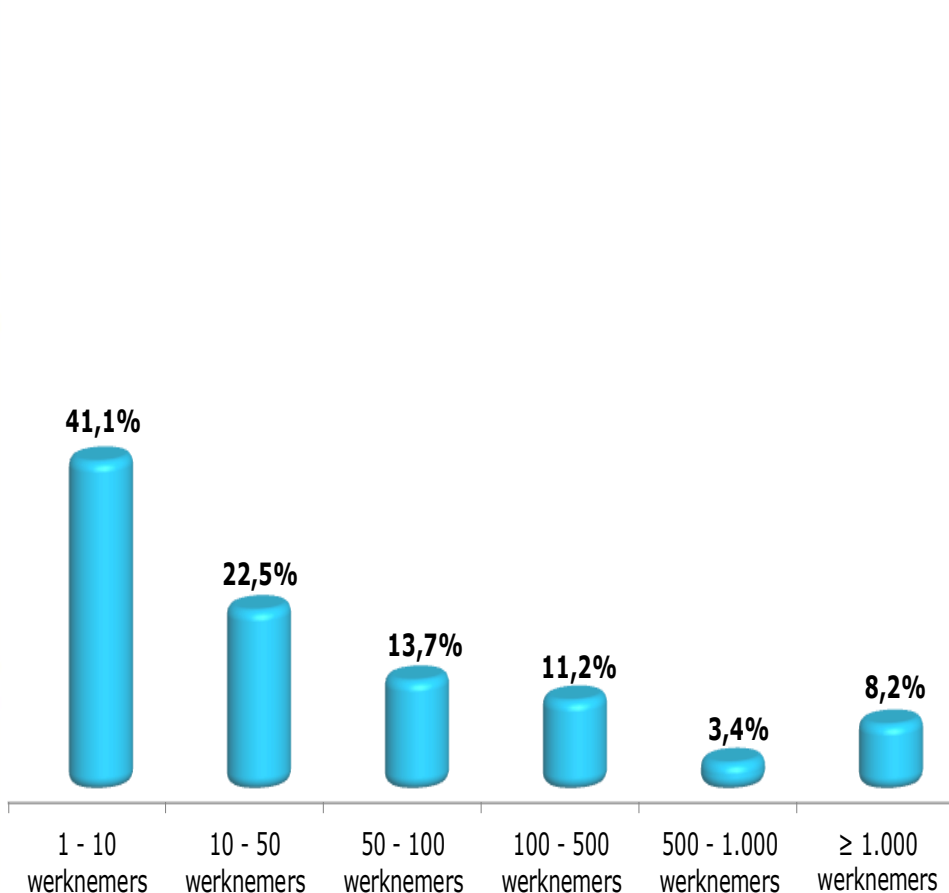
(basis: alle bezoekers; 29 vakbeurzen)



Relatief veel grote bedrijven op vakbeurzen

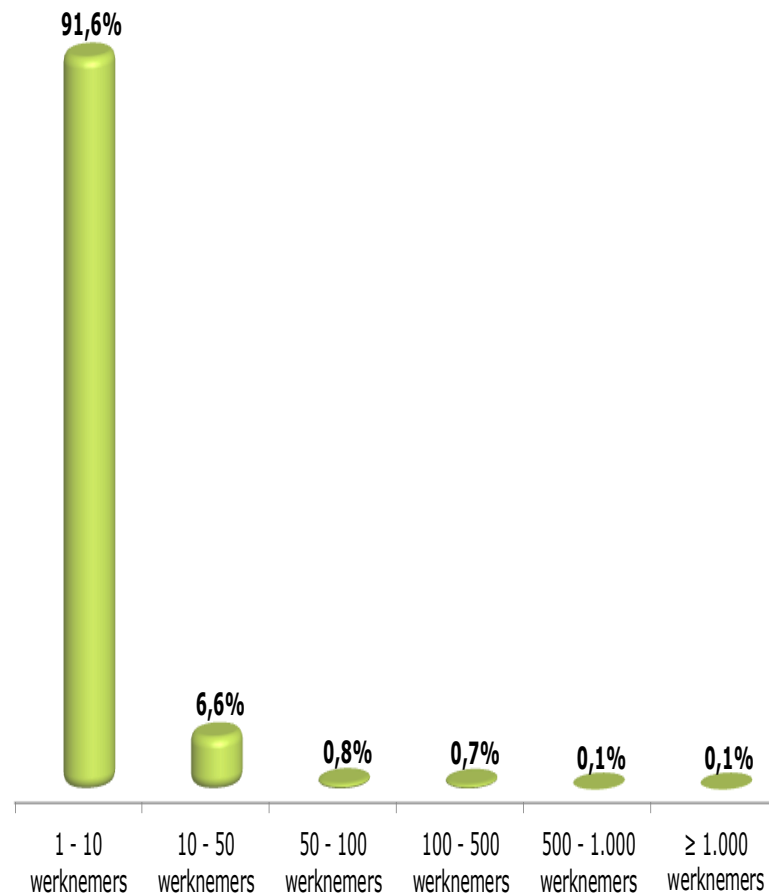
Bedrijfsgrootte Nederlands bezoek

(basis: alle Nederlandse bezoekers; 29 vakbeurzen)



Bedrijfsgrootte Nederland

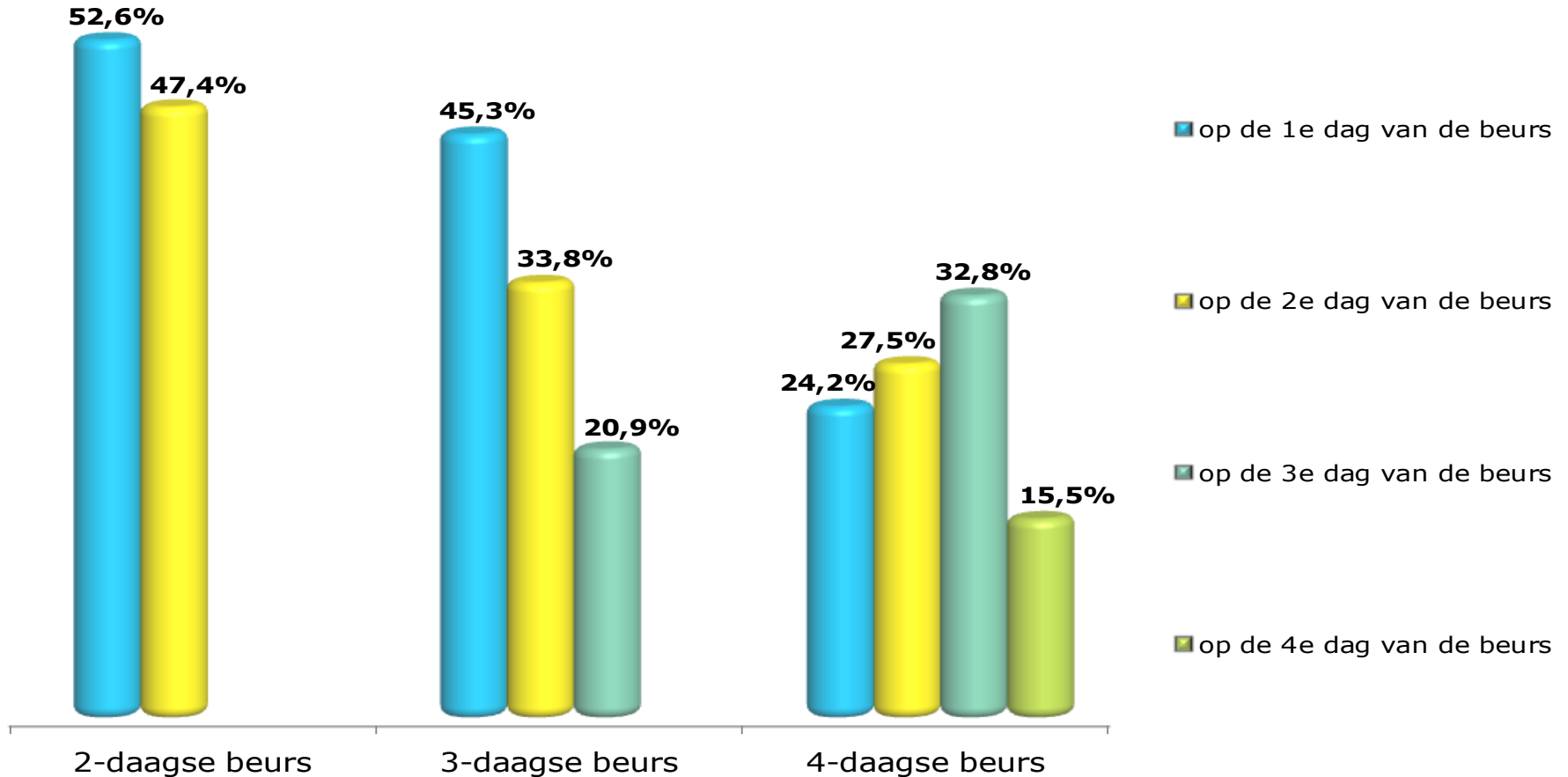
(basis: Nederlands bedrijfsleven)



Hoe korter de beurs, des te meer 1^e daags bezoek

Bezoekdag

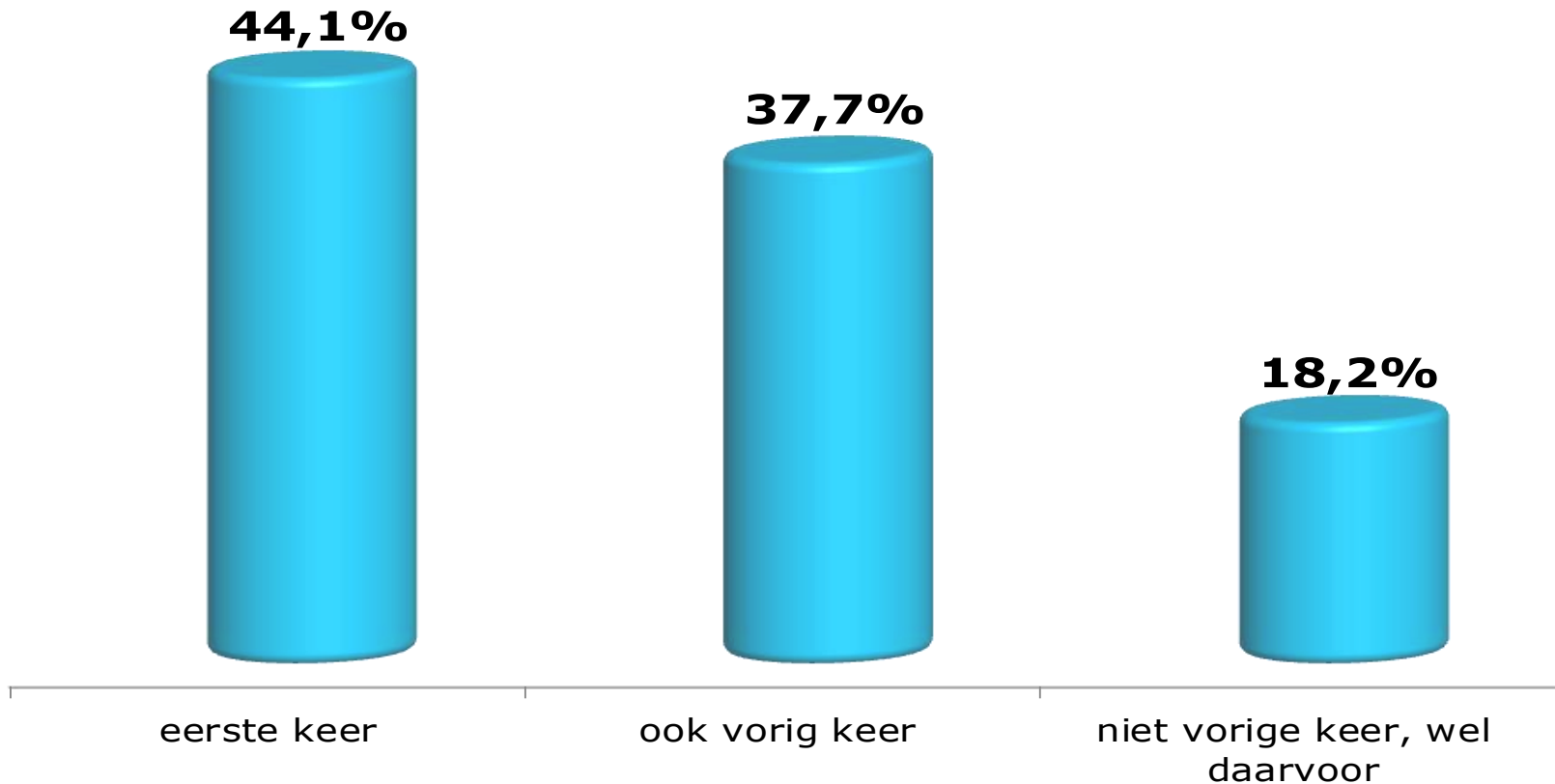
(basis: bezoekers van 41 (2-, 3- en 4-daagse) vakbeurzen)



Ruim de helft komt niet voor het eerst

Bezoekfrequentie

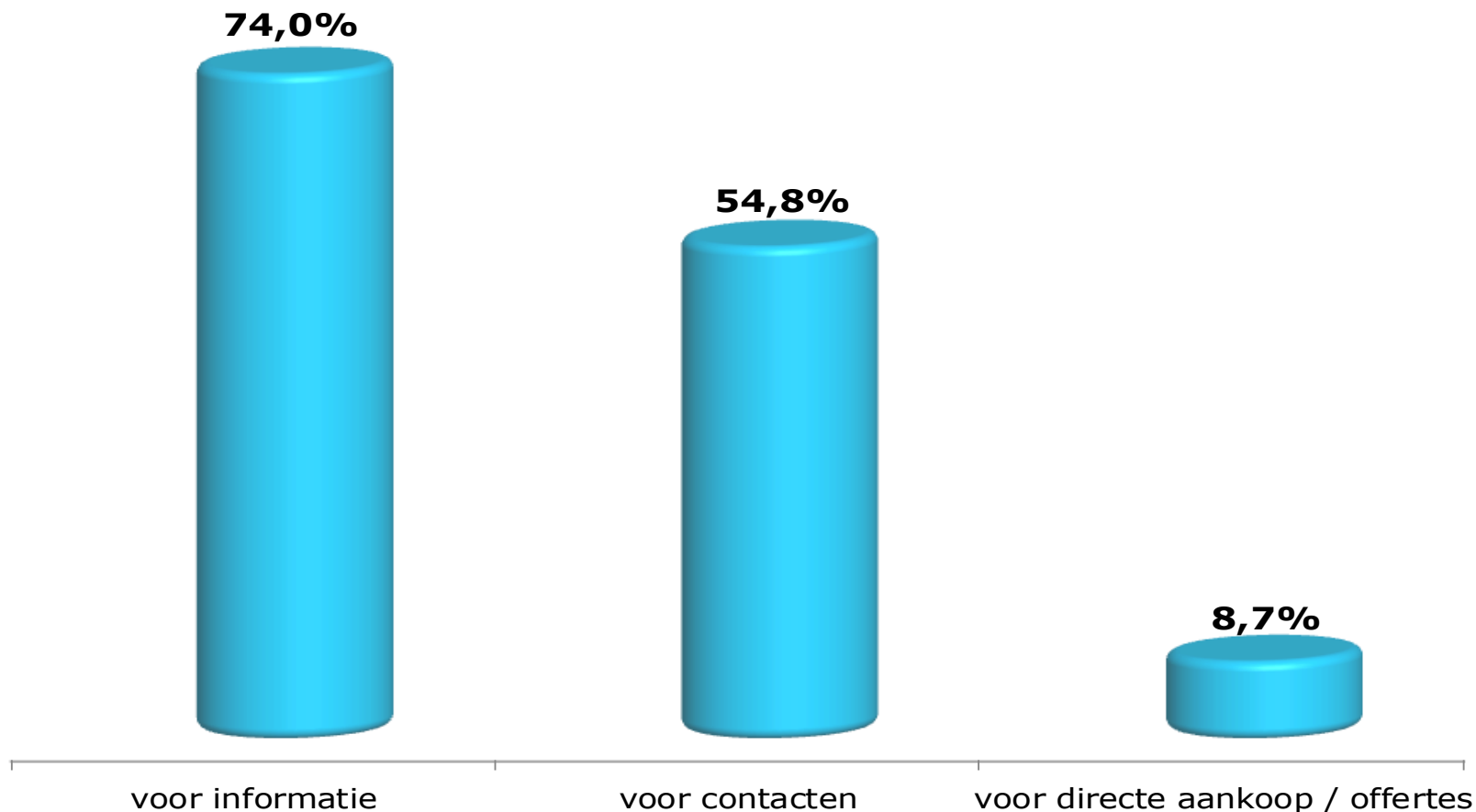
(basis: bezoekers van 6 vakbeurzen)



Vakbeursbezoek primair voor informatie en contact

Primaire bezoekredenen

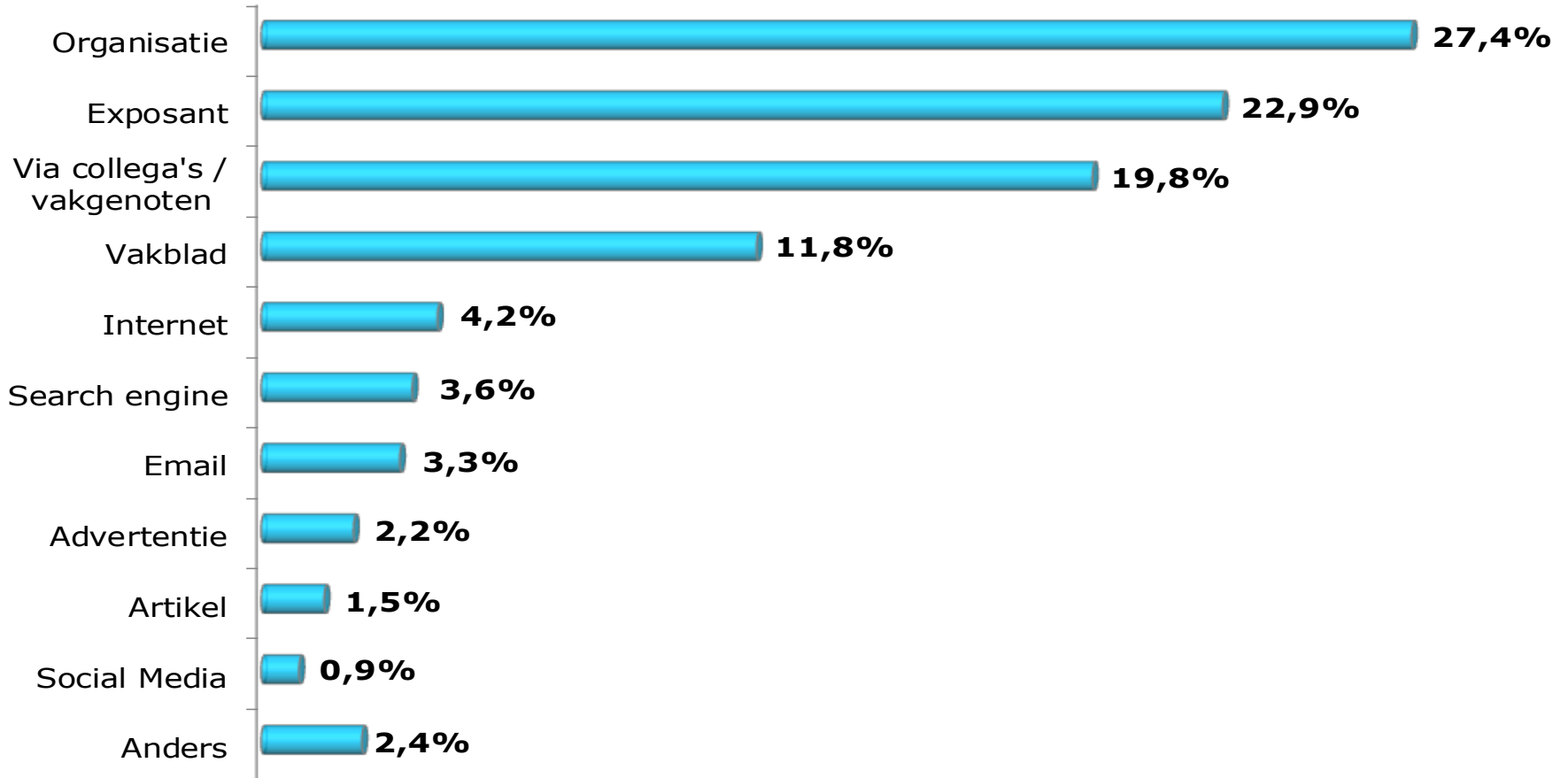
(basis: bezoekers van 10 vakbeurzen)



Nieuwe media onderschikte rol als informatiebron

Wijze waarop primair op beurs geattendeerd

(basis: bezoekers van 4 vakbeurzen)

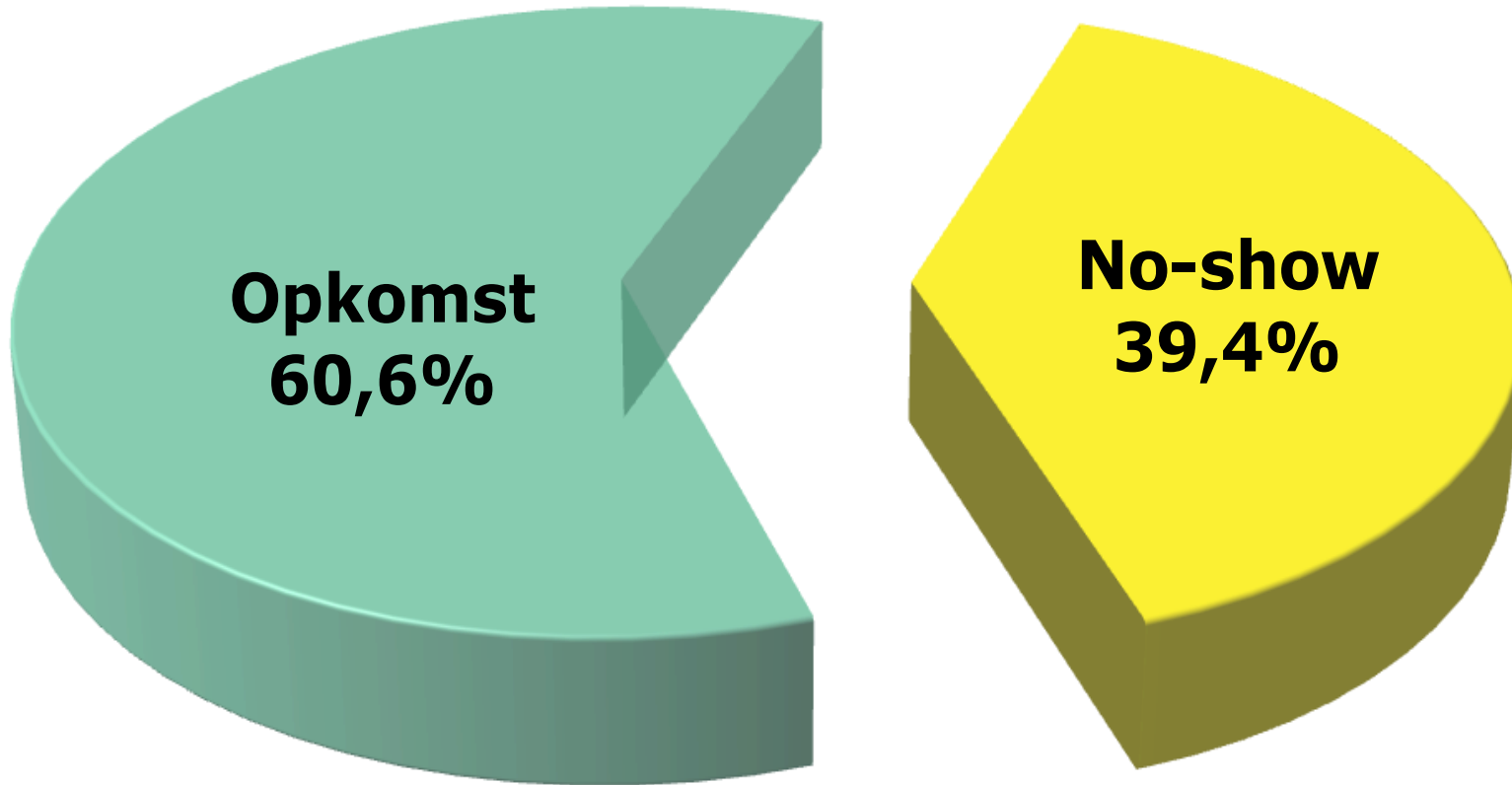


OPKOMST

Circa drie op de vijf geregistreeerden komen ook

Opkomst en no-show

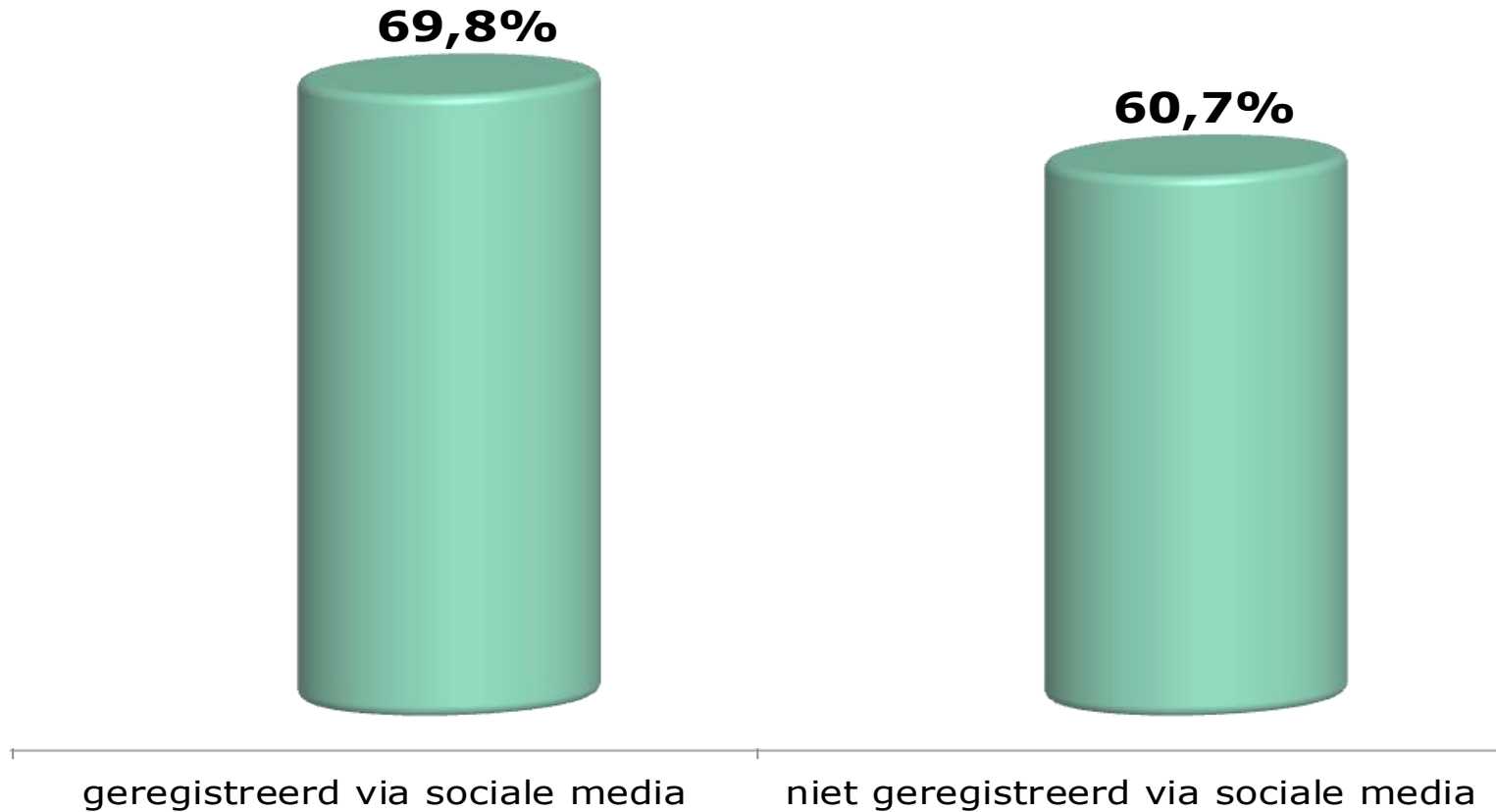
(basis: online, als bezoeker geregistreerd)



Registratie via sociale media effectiever

Opkomst naar wijze van registratie

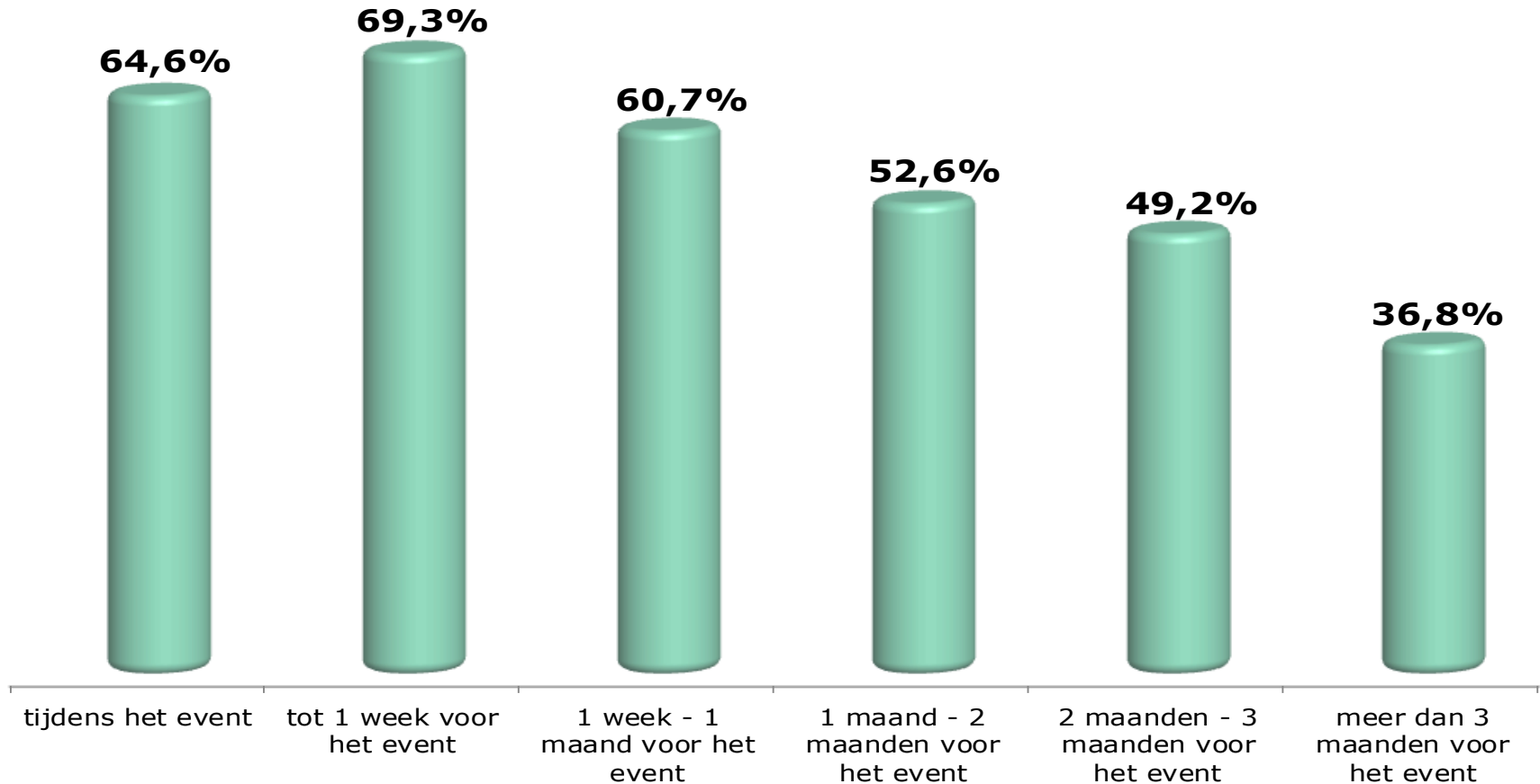
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Hoe eerder geregistreerd, hoe lager de opkomst

Opkomst naar moment van registratie

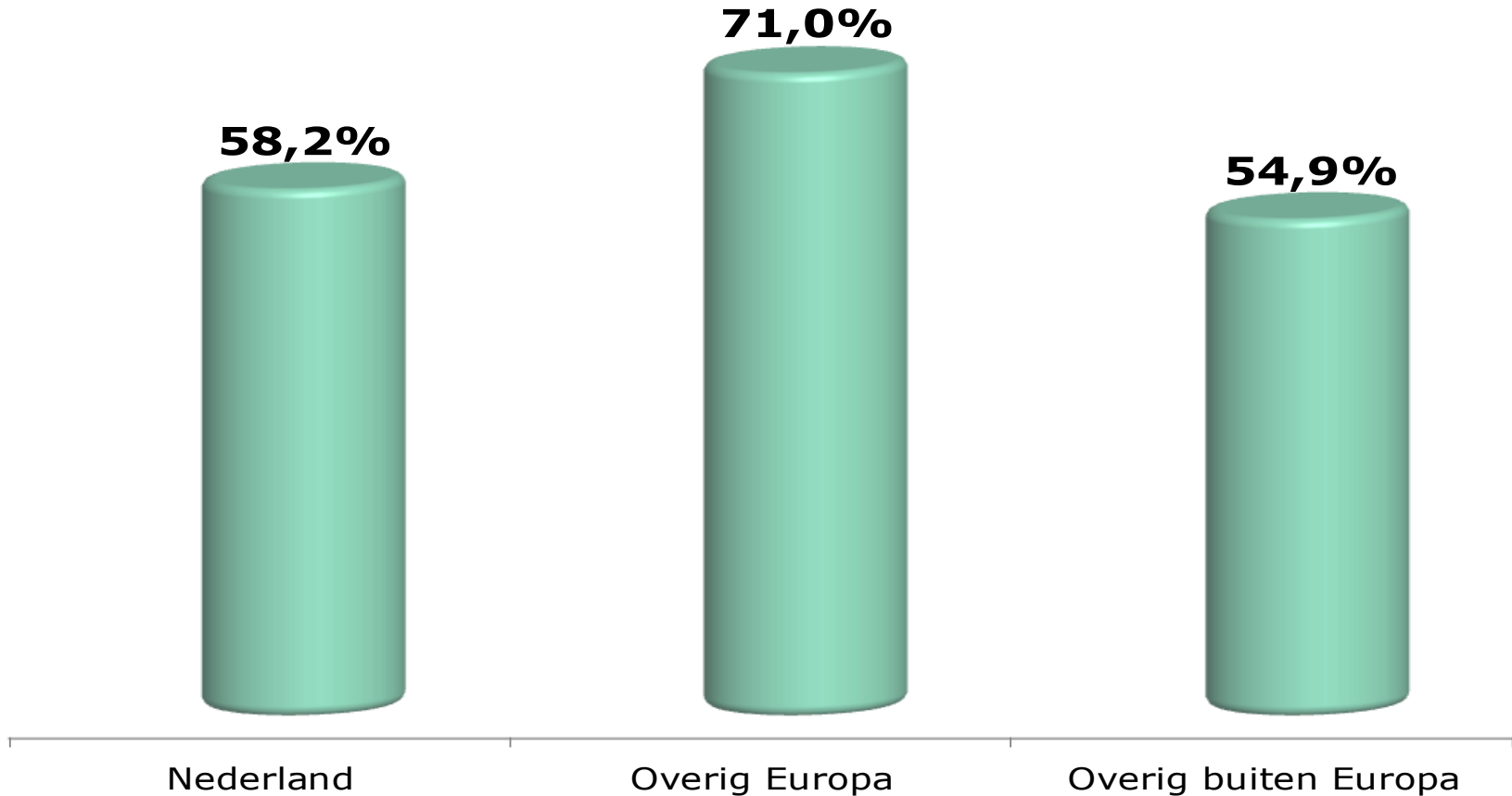
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Hoogste opkomst bij niet-Nederlandse Europeanen

Opkomst naar herkomst

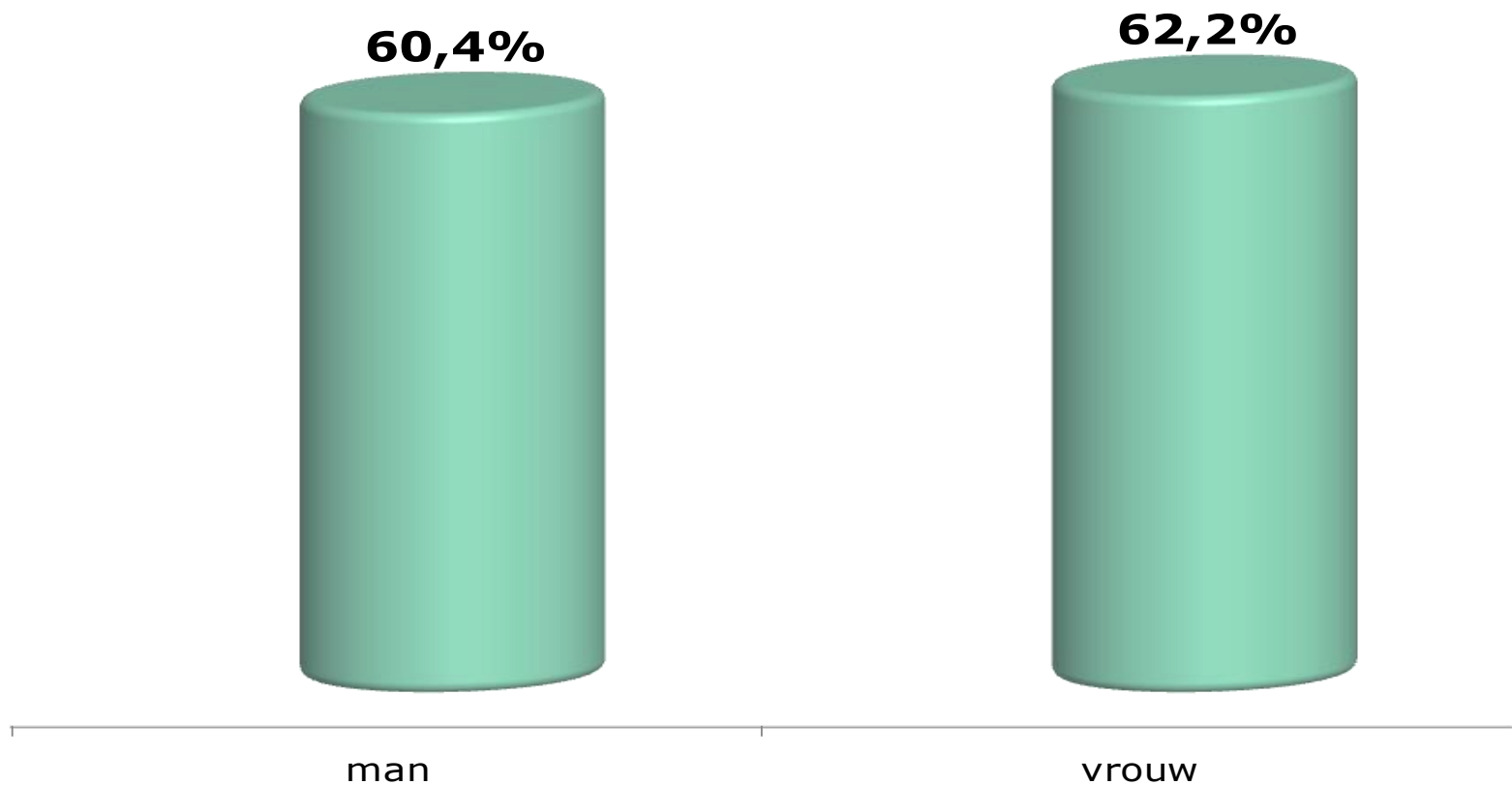
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Opkomst mannen en vrouwen nagenoeg gelijk

Opkomst naar geslacht

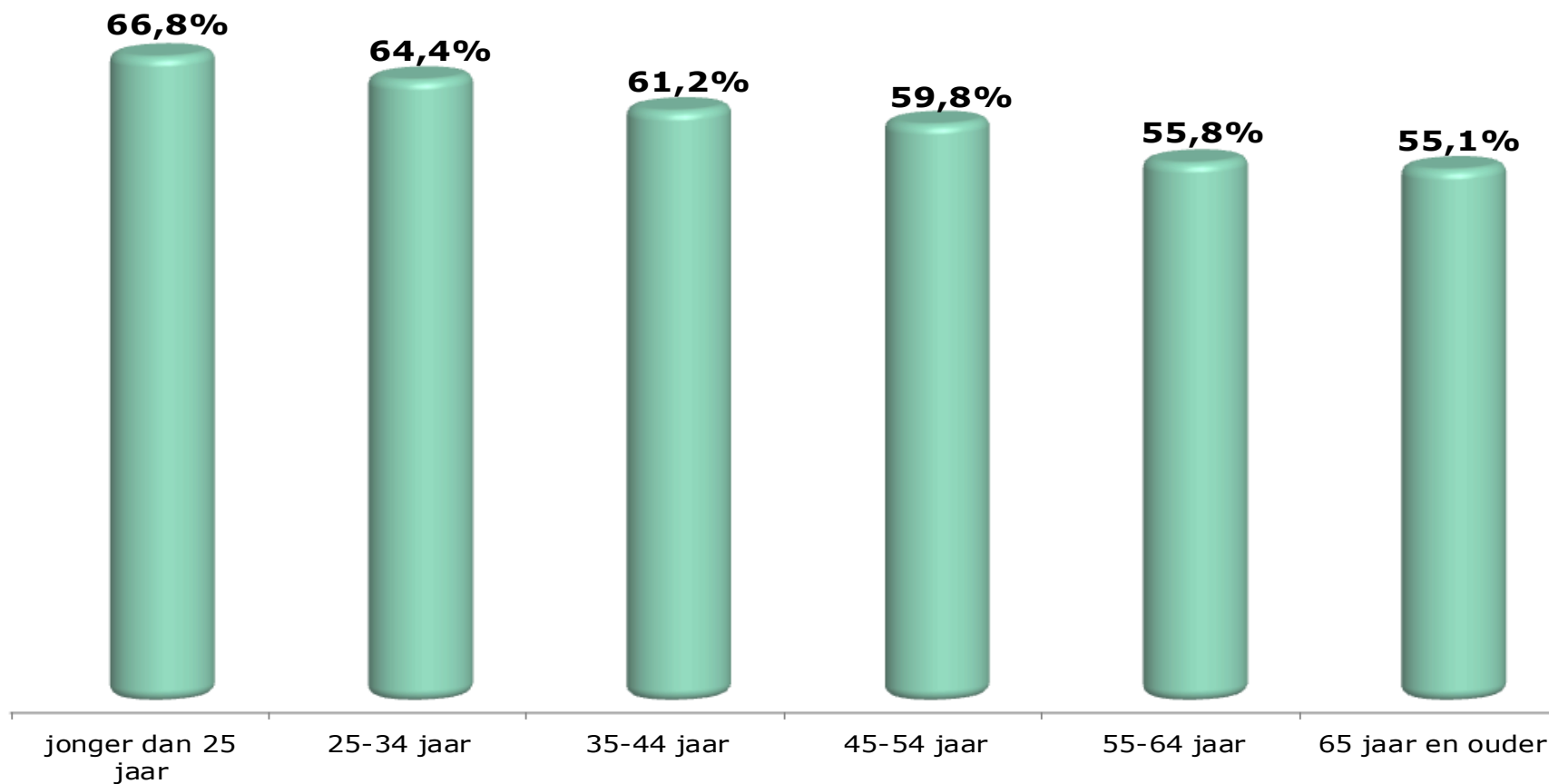
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Hoe ouder, hoe lager de opkomst

Opkomst naar leeftijd

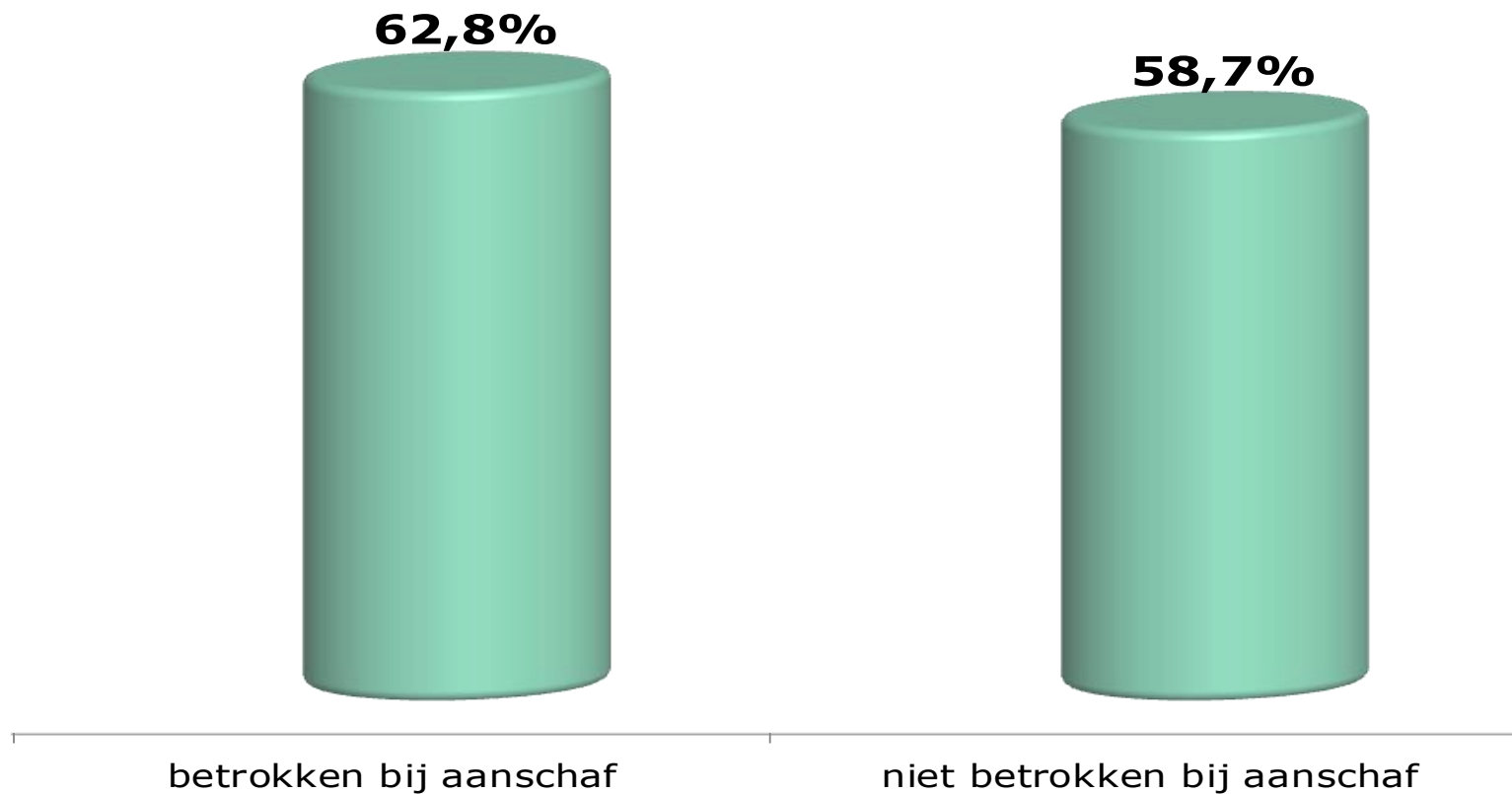
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



lets hogere opkomst bij beslissers

Opkomst naar betrokkenheid bij aanschaf

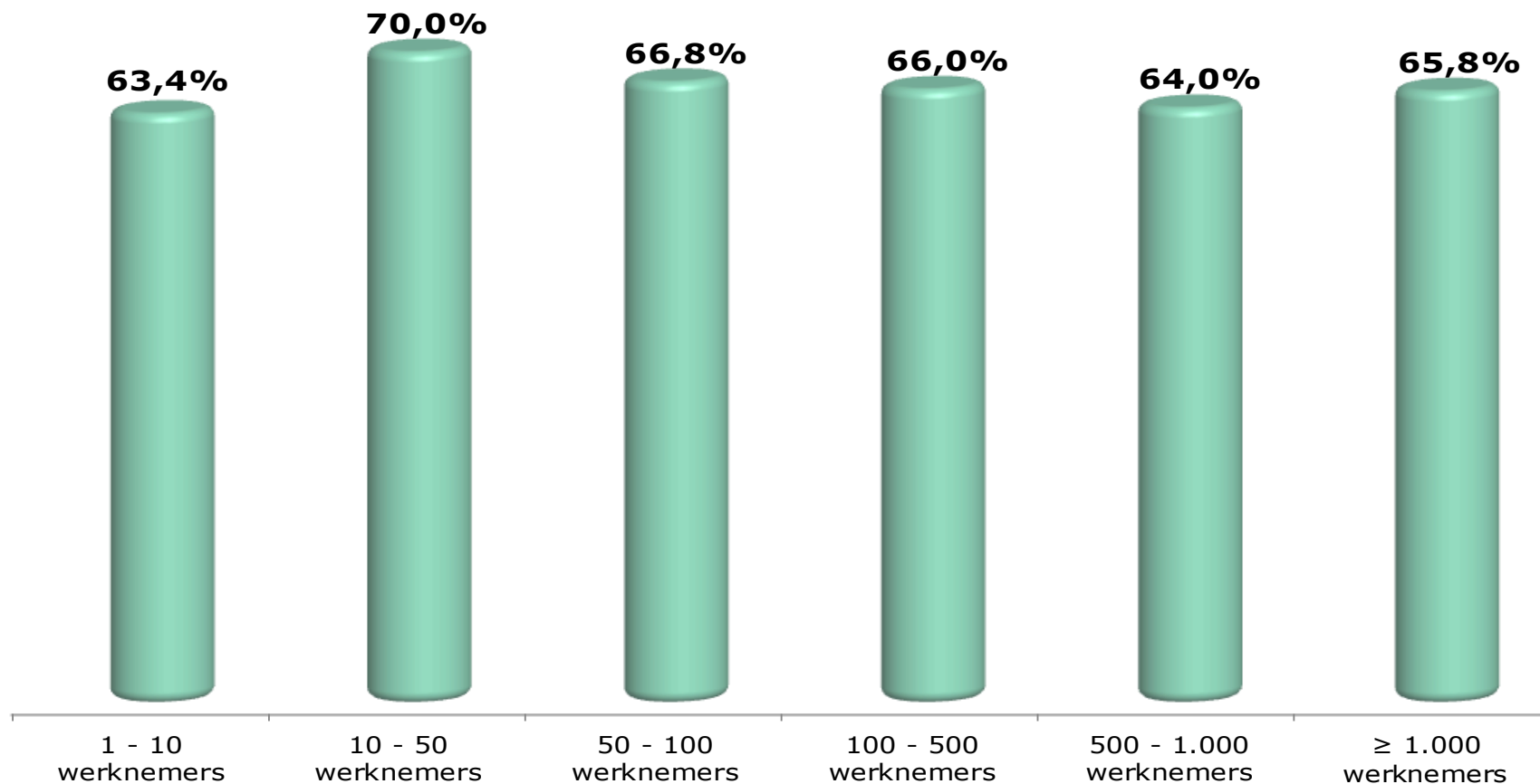
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Hoogste opkomst bij KWP 10 – 50.

Opkomst naar bedrijfsgrootte

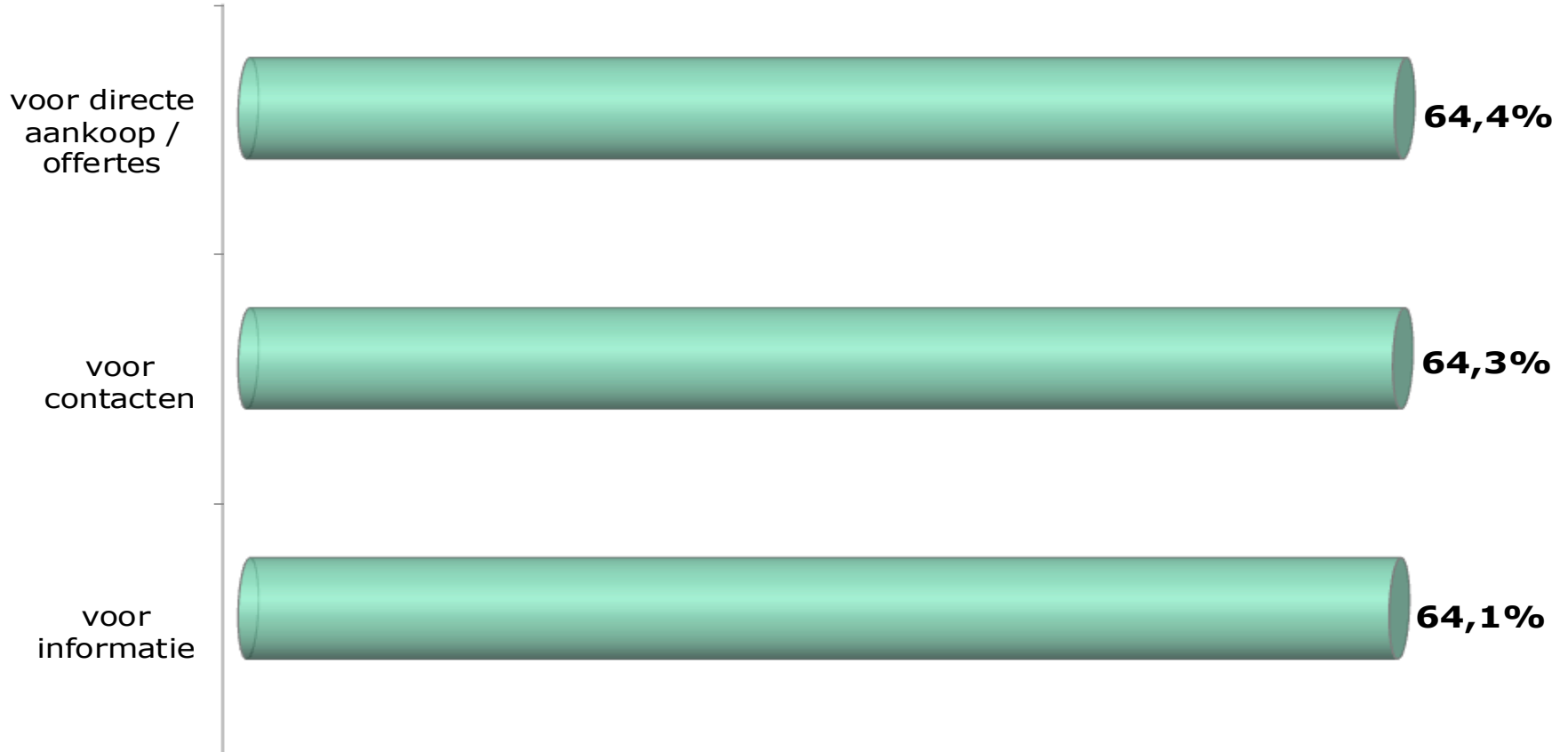
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Geen verschil opkomst naar bezoekenredenen

Opkomst naar bezoekenredenen

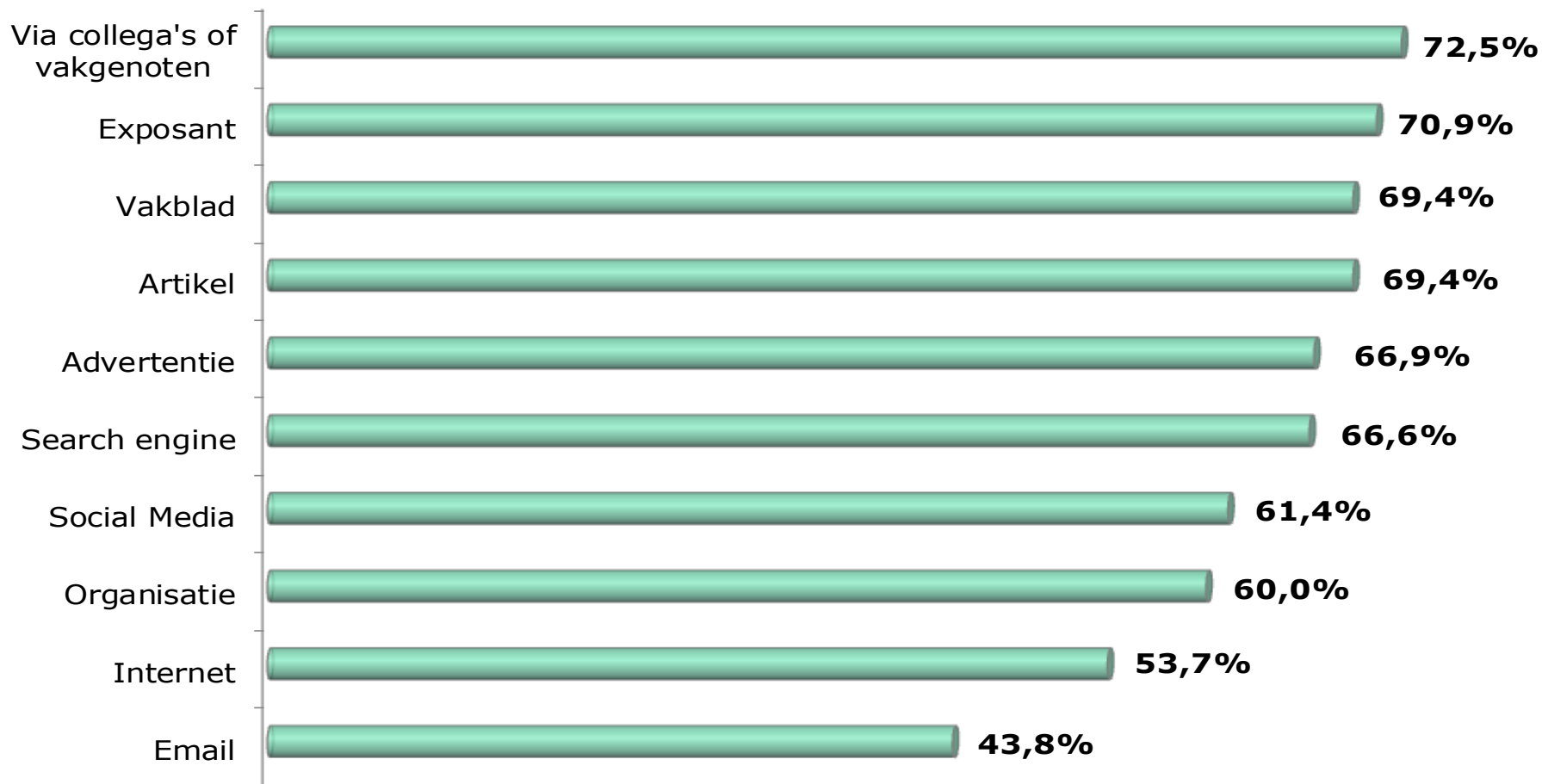
(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Laagste opkomst bij 'e-mailgeattendeerden'

Opkomst naar wijze waarop op beurs geattendeerd

(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)



Hogere opkomst internationale vakbeurs

Opkomst naar typering vakbeurs

(basis: online, als bezoeker, geregistreerd)

