



دبیر کمیسیون توسعه صادرات جامعه صنعت کفش ایران:

رضایت‌مندی شرط لازم موفقیت نمایشگاه است

پنجم رضایت‌مندی، توجه به رسانه موثر است، گفت: «رسانه موثر، رسانه‌های خود صنعت است. باید از همه رسانه‌های تخصصی و رسانه‌های مجازی و شبکه اجتماعی تشکل‌ها برای اطلاع‌رسانی فعالیت‌های نمایشگاه بهره ببریم.»

او از کار و همکاری تشکلی به‌عنوان مولفه ششم رضایت‌مندی نام برد و افزود: «هر چقدر جدی‌تر باشد سهم‌خواهی ما از دولت هم قدرتمندتر خواهد بود.»

مهدی‌پور تصریح کرد: «مولفه هفتم، برندسازی صنعت کفش ایران است و هرچا نمایشگاهی برگزار می‌کنیم حتماً کلمه ایران را کنار اسم نمایشگاه بیاوریم. هدف‌مان این باشد که برای صنعت کفش ایران برند بسازیم و برای برندسازی سرمایه‌گذاری کنیم.»

دبیر کمیسیون توسعه صادرات جامعه صنعت کفش ایران درباره مولفه هشتم رضایت‌مندی گفت: «تجربه‌نگاری و انتشار آمارها واقعی پس از برگزاری نمایشگاه است. ما نیاز داریم که تجربه‌های را با آمار درست ثبت کنیم و این تجربه را برای هم به اشتراک بگذاریم.»



«رضایت‌مندی شرط لازم موفقیت هر رویداد و نمایشگاهی است. زیرساخت‌ها واقعاً در نمایشگاه بسیار اهمیت دارند اما اگر نمایشگاه به رضایت‌مندی شرکت‌کننده منجر نشود نمایشگاه موفق نخواهد بود.» احمدعلی مهدی‌پور، دبیر کمیسیون توسعه صادرات جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران با بیان این مطلب در آیین رونمایی از پوستر نمایشگاه کفش اصفهان (ای‌شوز) گفت: «رضایت‌مندی هشت مولفه دارد که نخستین مولفه آن بازار است نیازمند تبلیغات موثر است که باید در جامعه مخاطب هدف نقطه‌زنی بکند.»

او مولفه دوم را کار علمی و به‌روز در نمایشگاه دانست و گفت: «سال گذشته در نمایشگاه مترکس تلاش دوجندانی کردیم که فاصله میان علم و فناوری و صنعت در ایران با دیگر کشورهای جهان کم بشود و امسال نیز همان روند را توسعه داده‌ایم و ۱۵ کانتینر ماشین‌الات از چین و ایتالیا و ترکیه در نمایشگاه خواهیم داشت. علم را بها بدهیم و به پازل نمایشگاه اهمیت بدهیم.»

مهدی‌پور با اشاره به این که سومین مولفه رضایت‌مندی، توجه به برکت کار خیر و مسوولیت اجتماعی است، افزود: «سال گذشته با حضور یک چهره هنری، برنامه اهدای کفش برای مردم محروم مناطق مرزی کشور در نمایشگاه قم‌شوز برگزار شد که دستاورد خوبی داشت و تصمیم داریم این کار را هر سال انجام دهیم. اگر این فرهنگ در نمایشگاه‌ها باب شود ثمرات بسیار دارد.»

به گفته او، مورد چهارم رضایت‌مندی، شخصیت‌دهی به نمایشگاه است: «هر چقدر ما به نمایشگاه خودمان بها بدهیم دیگران نیز به آن بها می‌دهند.» دبیر کمیسیون صادرات جامعه صنعت کفش ایران با بیان این ه مولفه

مولفه هفتم، برندسازی صنعت کفش ایران است و

هرچا نمایشگاهی برگزار می‌کنیم حتماً کلمه ایران

را کنار اسم نمایشگاه بیاوریم. هدف‌مان این باشد

که برای صنعت کفش ایران برند بسازیم و برای

برندسازی سرمایه‌گذاری کنیم.»

دبیر کمیسیون توسعه صادرات جامعه صنعت

کفش ایران درباره مولفه هشتم رضایت‌مندی

گفت: «تجربه‌نگاری و انتشار آمارها واقعی

پس از برگزاری نمایشگاه است. ما نیاز داریم که

تجربه‌های را با آمار درست ثبت کنیم و این تجربه

را برای هم به اشتراک بگذاریم