

BESØGSANALYSE

Agromek husdyr 2009

Udenlandske



Indholdsfortegnelse

<u>Beskrivelse</u>	<u>Side</u>
Metodebeskrivelse	3
Spørgsmål 1. "Hvilken branche kommer du fra?"	4
Spørgsmål 4. "Hvilke hovedformål havde du med at besøge Agromek husdyr 09?"	5
Spørgsmål 6. "Har du til hensigt at købe produkter eller løsninger, som du så på messen indenfor de kommende 12 måneder?"	6
Spørgsmål 8. "Hvilken stilling har du?"	7
Spørgsmål 10. "Land?"	8
Spørgsmål 15. "Alder?"	9
Spørgsmål 17. "Hvor meget føler du, at du har fået ud af at besøge Agromek husdyr 2009?"	10
Spørgsmål 19. "Hvad synes du om:"	11
Spørgsmål 21. "Hvor mange gange har du tidligere besøgt Agromek messen?"	12
Spørgsmål 26. "Har du besøgt andre landbrugsmesser i Danmark eller Europa?"	13
Spørgsmål 27. "Hvilke andre messer har du besøgt i 2009?"	14
Spørgsmål 28. "Hvordan vurderer du Agromek husdyr 2009 i forhold til øvrige besøgte danske og udenlandske messer?"	15
Spørgsmål 30. "Hvilke produktgrupper har din primære interesse?"	16
Spørgsmål 34. "På en skala fra 1 – 5, hvor 5 er bedst – hvorledes vil du vurdere messen som helhed?"	17

Metode

Formål

Formålet med undersøgelsen er:

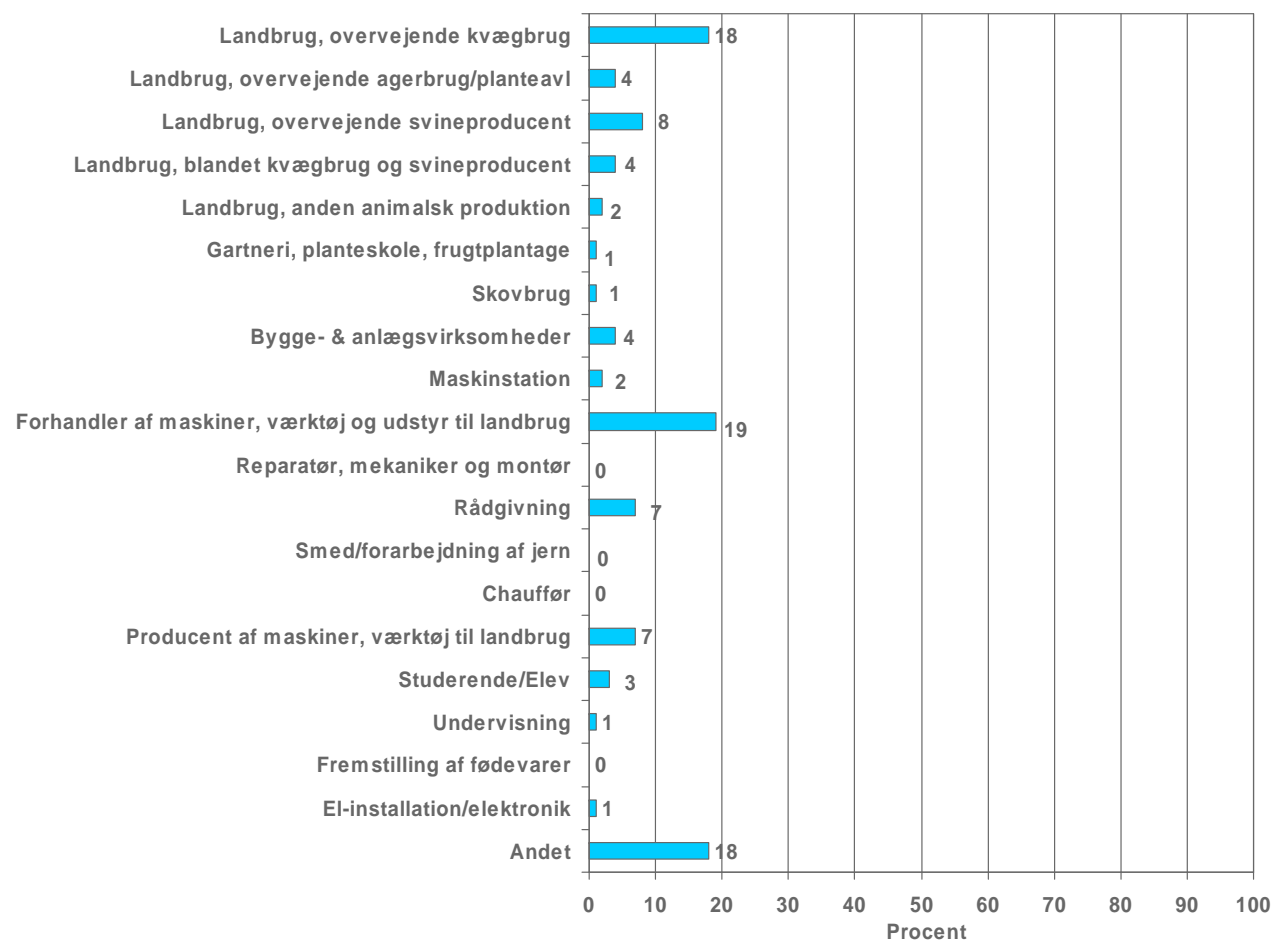
1. At følge op på samt overvåge publikumssammensætningen samt de besøgendes holdning til messen.
2. At danne et grundlag for produktudvikling, reklame og medieomtale samt salgsargumenter overfor både besøgende og udstillere.

Tilgang

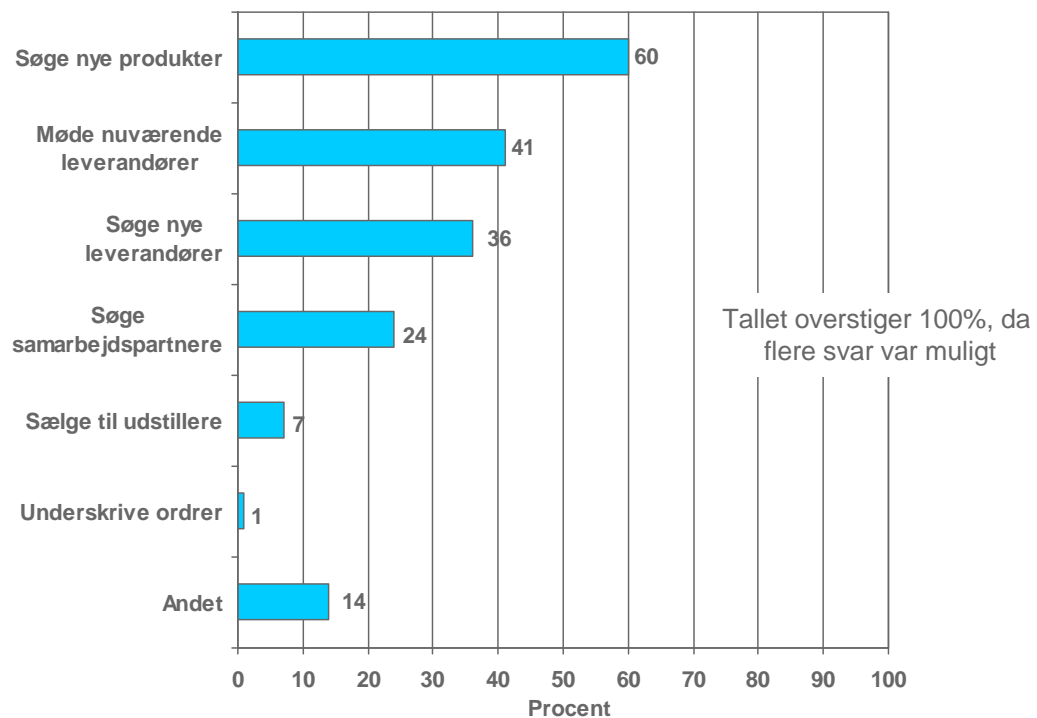
Medarbejdere fra MiBro & Andersen indsamlede e-mailadresser på de udenlandske besøgende på messen. Vores udvælgelsesmetode var, at medarbejderne udvalgte 30% af alle udenlandske e-mailadresser fra adgangskortet fordelt efter den procentmæssige landefordeling, baseret pr. dag. Efter messen sendte Nordiska Undersökningsgruppen AB spørgeskemaer via e-mail til de besøgende.

Efter indsamling af spørgeskemaerne behandlede Nordiska Undersökningsgruppen AB resultaterne til en samlet rapport.

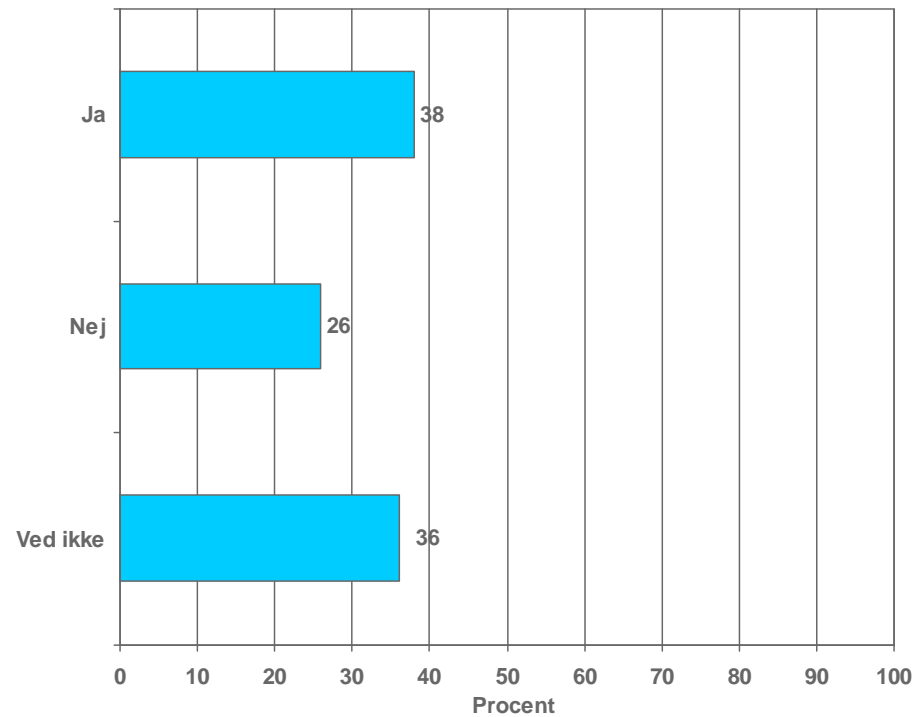
Totalt blev 261 interviews gennemført.



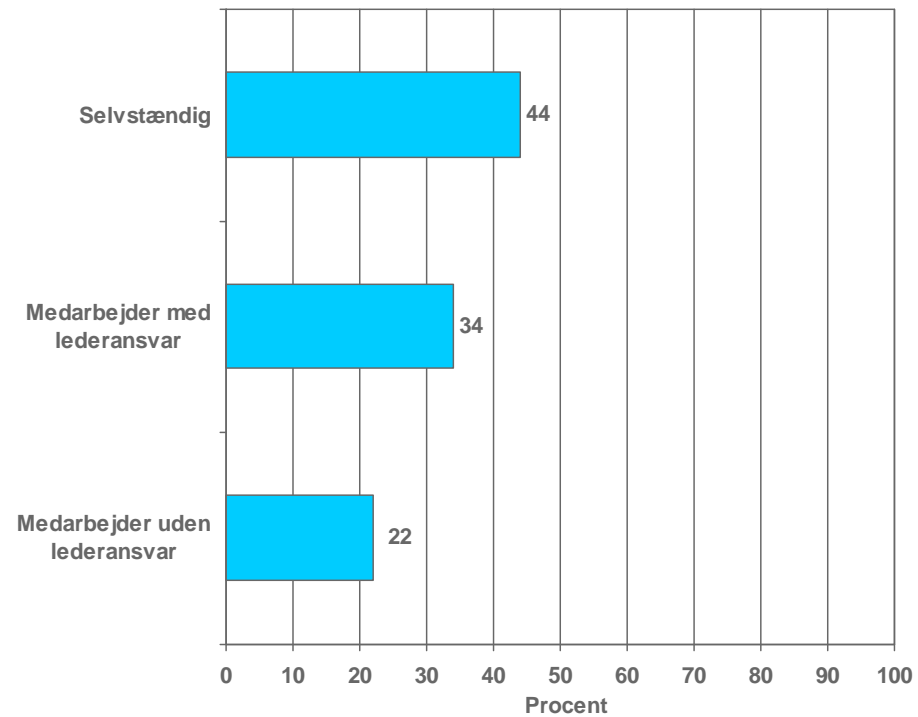
Spørgsmål 1 "Hvilken branche kommer du fra?"



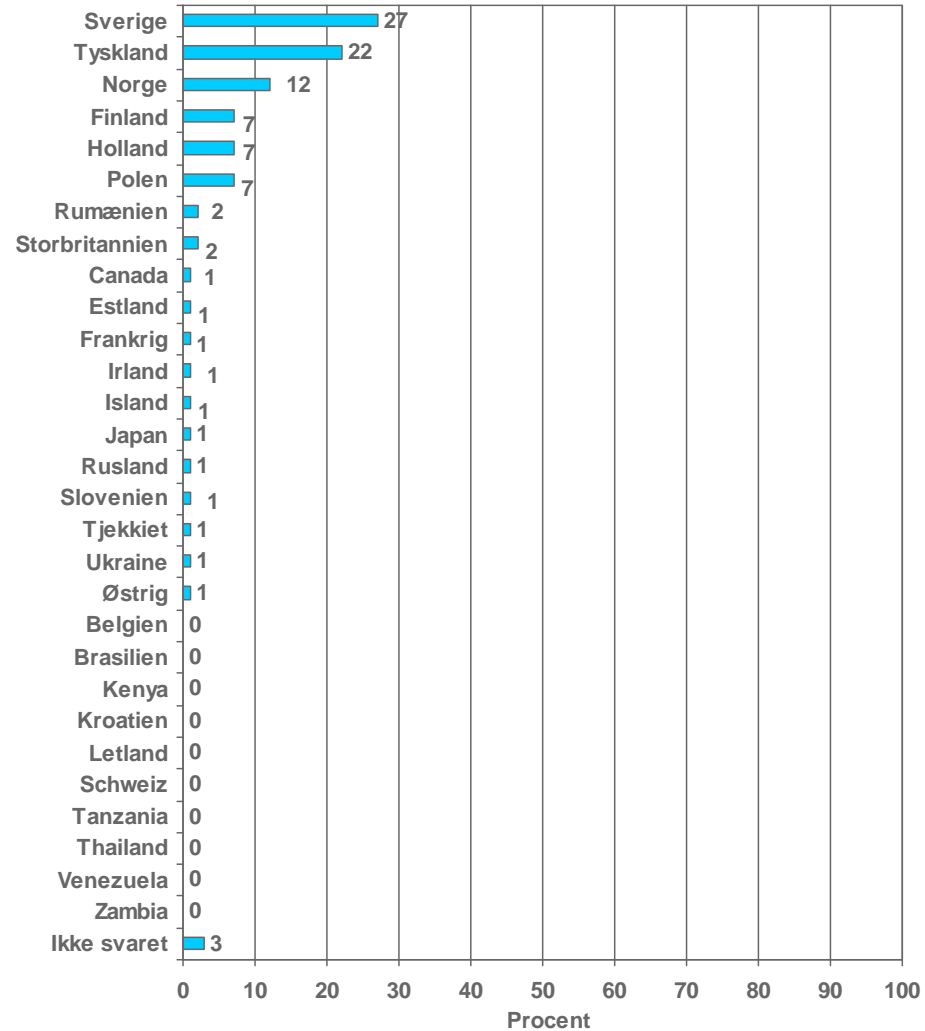
Spørgsmål 4 "Hvilke hovedformål havde du med at besøge Agromek husdyr 09?"



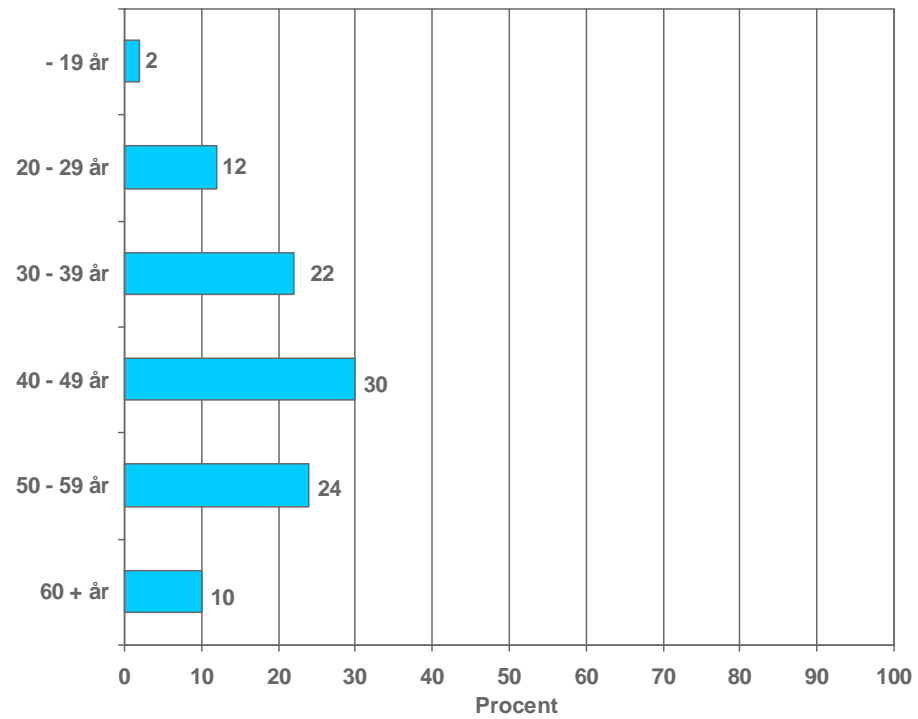
Spørgsmål 6 "Har du til hensigt at købe produkter eller løsninger, som du så på messen indenfor de kommende 12 måneder?"



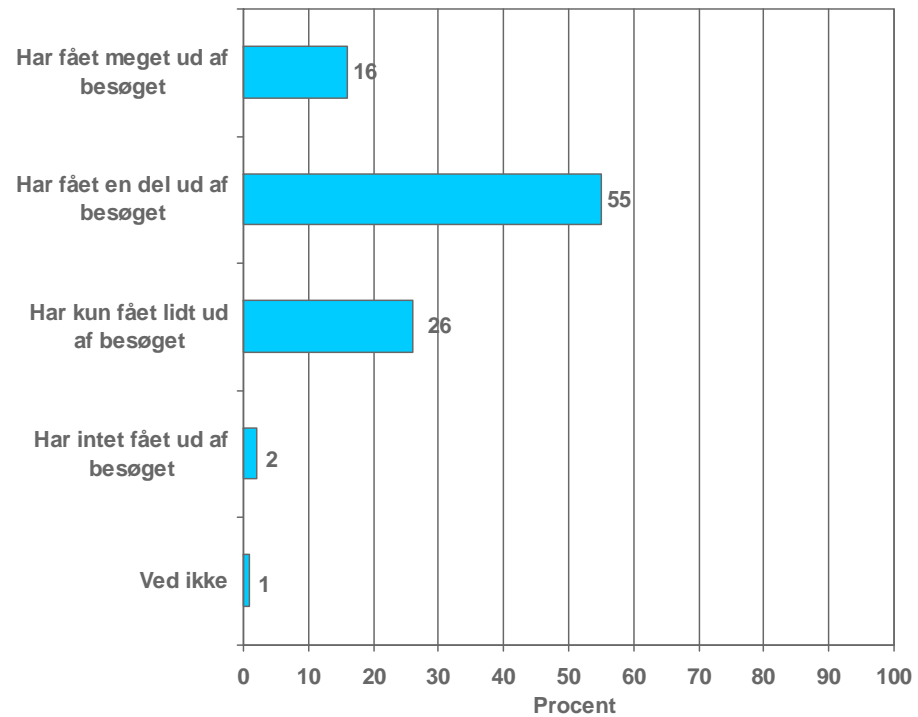
Spørgsmål 8 "Hvilken stilling har du?"



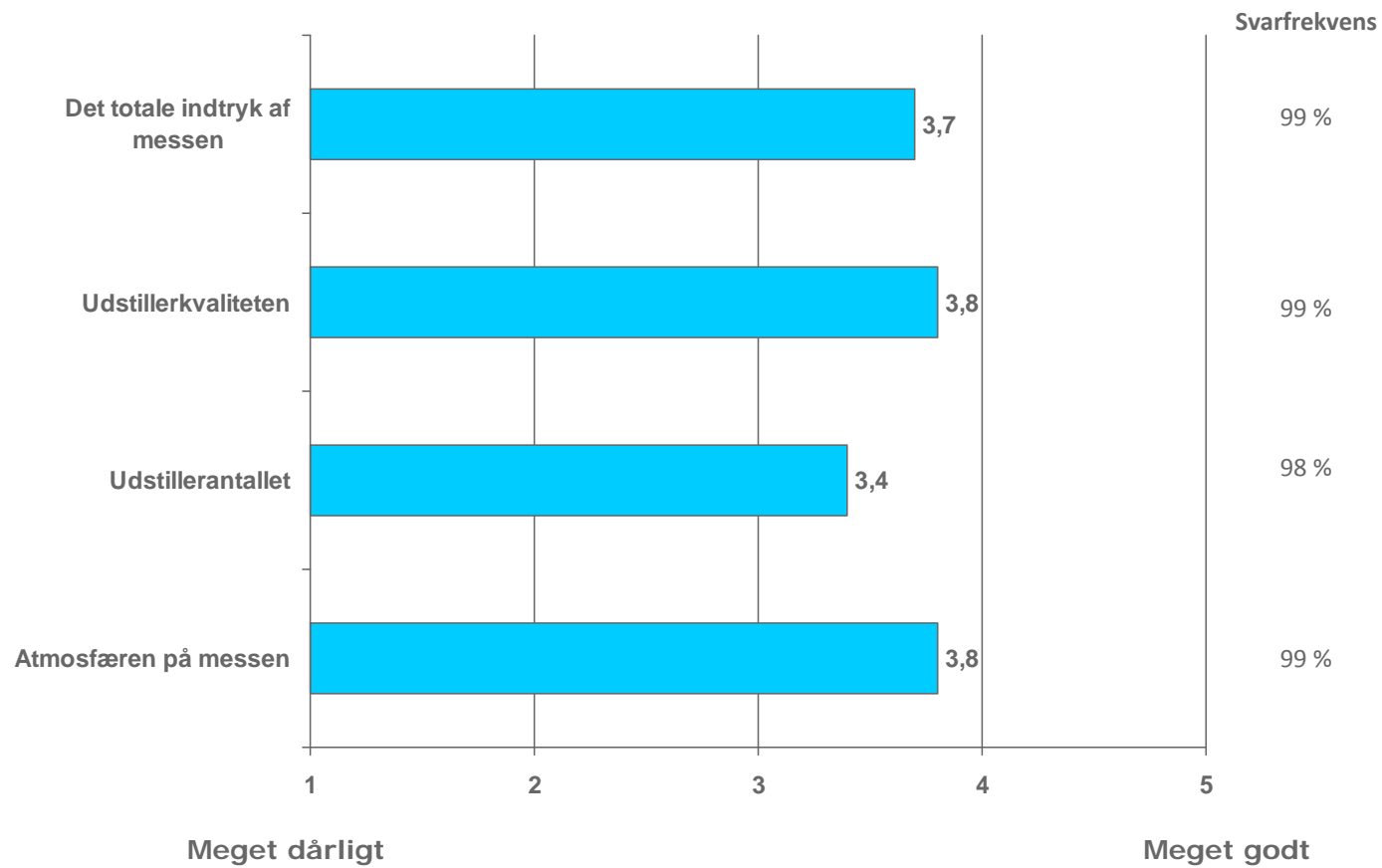
Spørgsmål 10 "Land?"



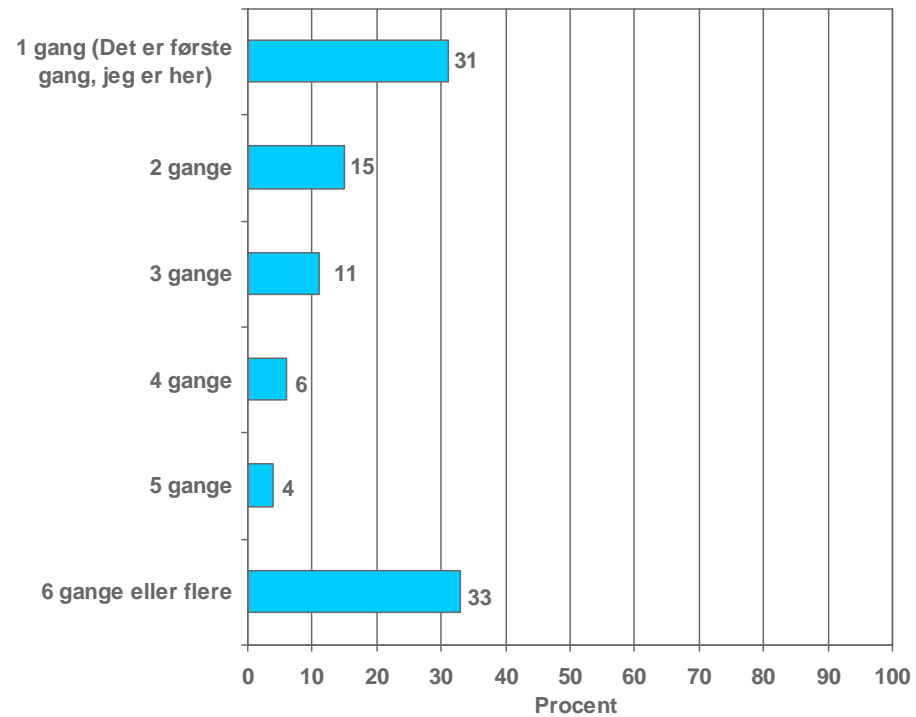
Spørgsmål 15 "Alder?"



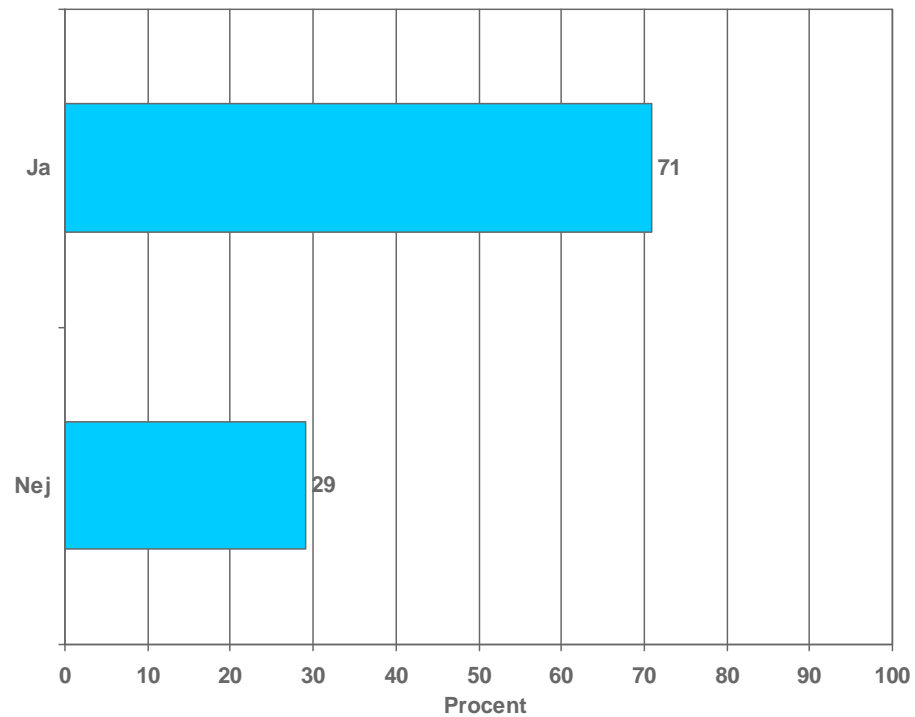
Spørgsmål 17 "Hvor meget føler du, at du har fået ud af at besøge Agromek husdyr 2009?"



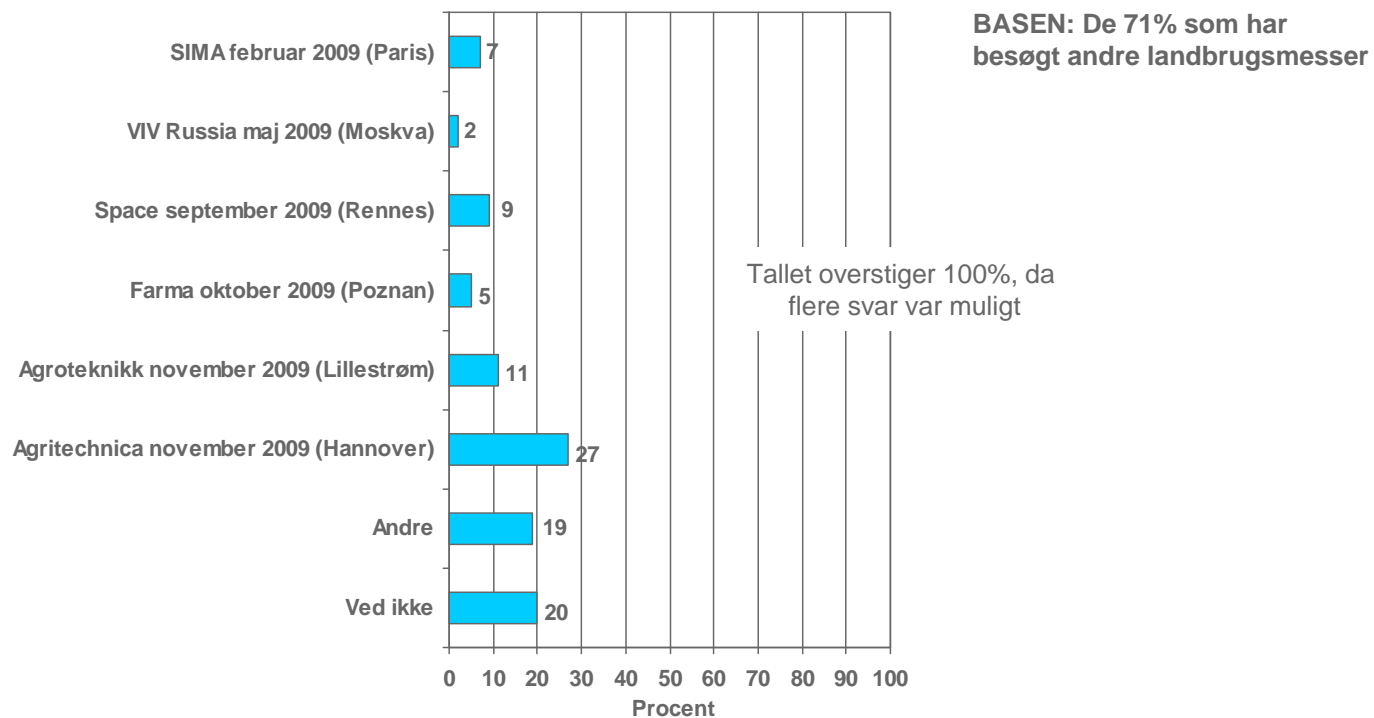
Spørgsmål 19 "Hvad synes du om (1 – 5, hvor 5 er bedst):"



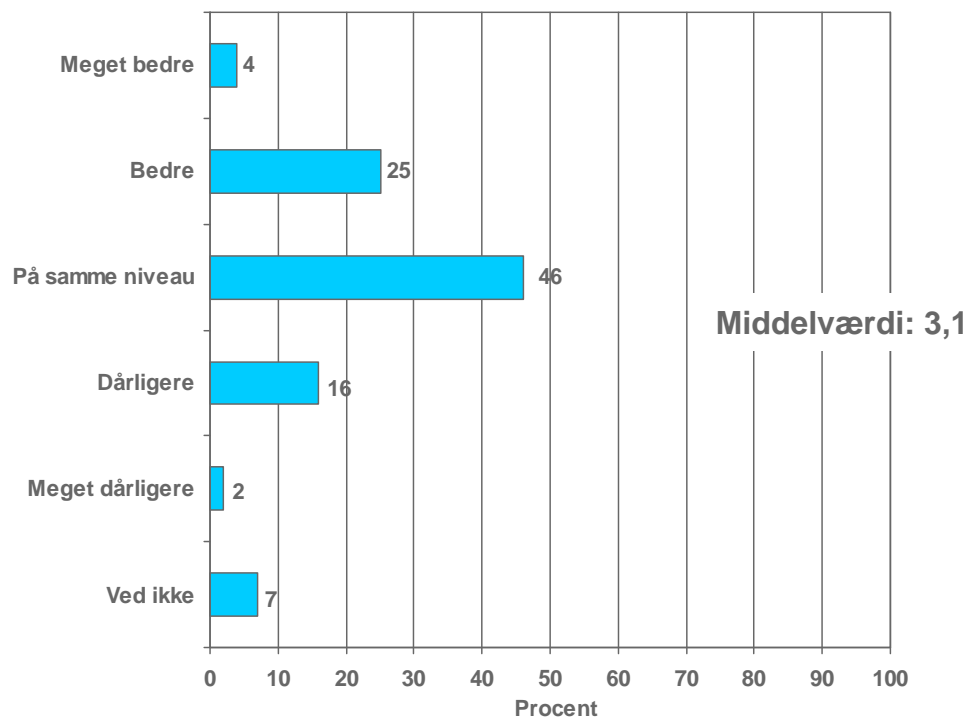
Spørgsmål 21 "Hvor mange gange har du tidligere besøgt Agromek messen?"



Spørgsmål 26 "Har du besøgt andre landbrugsmesser i Danmark eller Europa?"

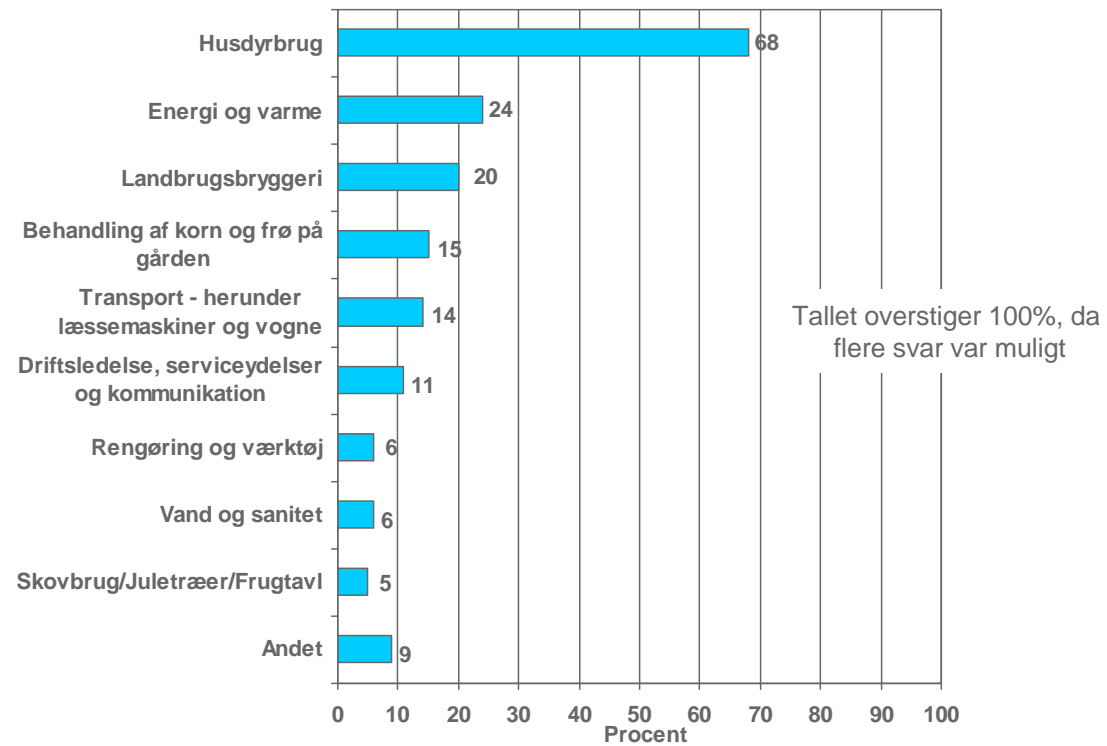


Spørgsmål 27 "Hvilke andre messer har du besøgt i 2009?"

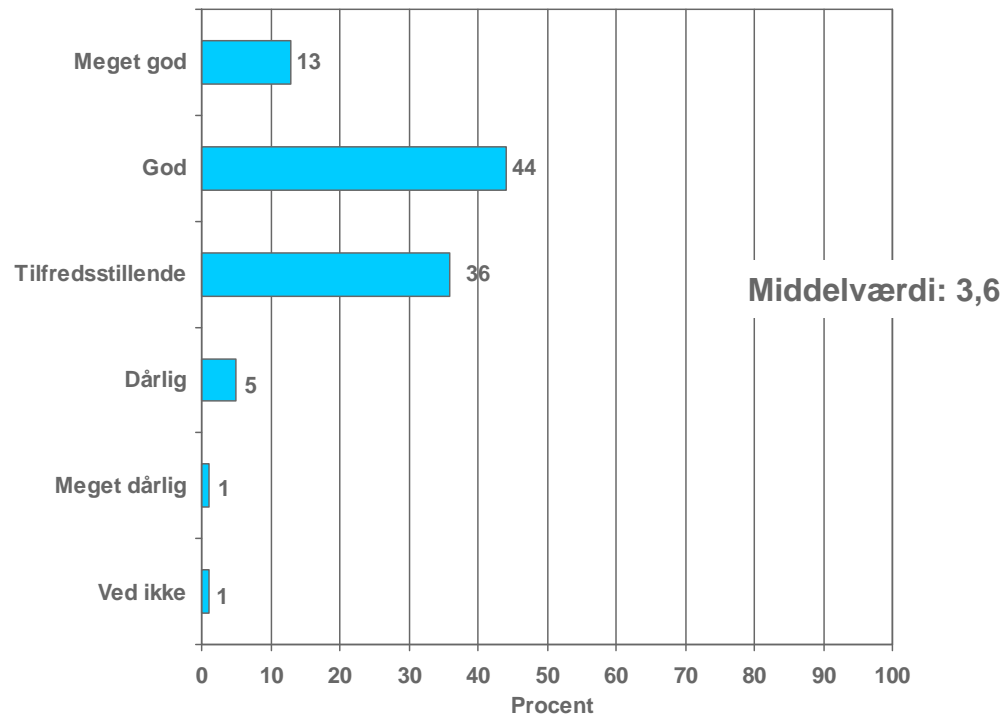


BASEN: De 71% som har besøgt andre landbrugsmesser

Spørgsmål 28 "Hvordan vurderer du Agromek husdyr 2009 i forhold til øvrige besøgte danske og udenlandske messer?"



Spørgsmål 30 "Hvilke produktgrupper har din primære interesse?"



Spørgsmål 34 "På en skala fra 1 – 5, hvor 5 er bedst – hvorledes vil du vurdere messen som helhed?"

Markedsleder inden for messeevaluering og messestrategi



MiBro & Andersen ApS
Søren Nymarks Vej 4, st. – 8270 Højbjerg
mail@mibro.dk - www.mibro.dk
Telefon: +45 8768 0330

Projektleder på analysen: Mikkel Brohus



**Nordiska
Undersökningsgruppen**

Tlf: +46 36 34 62 30
E-post: info@nugruppen.se
Internet: www.nugruppen.se