



Veranstalter und Congressorganisation

Pro Medico Congressorganisationsgesellschaft Postfach 1331 67108 Mutterstadt	Fon +49 (0)1805-343232 Fax +49 (0)1805-342526 Mail: info@congresse-im-dialog.de
---	--

Wir sind gerne für Sie da!

	Dr. Ansgar Römer Congresspräsident: info@congresse-im-dialog.de
	Figen Mat-Sarimaden Fachausstellung, Sponsoring, Symposien: mat@pro-medico-fortbildung.com
	Gundula Vomend Congress-Projektleitung: Vomend@pro-medico-fortbildung.com

Veranstaltungsort:

m:con Congress Center Rosengarten
Rosengartenplatz 2
68161 Mannheim

Informationen zu Ihrer Anreise finden Sie hier
https://www.geburtshilfe-im-dialog.de/00_pdf/Anreise.pdf

Eckdaten

Die Fachausstellung ist jedes Jahr mit über 100 Fachausstellern gebucht. Mannheim der größte, jährlich stattfindende geburtshilfliche Hebammen-Fortbildungscongress mit begleitender Fachausstellung im deutschsprachigen Raum

Zahl der Teilnehmende:

≥ 1.500 Präsenz-Teilnehmer*innen

Besucher-Zielgruppen

Hebammen, FrauenärztInnen, KinderärztInnen, PädiaterInnen, NeonatologenInnen, Stillberaterinnen, TCM-TherapeutenInnen und alle im Bereich der Geburtshilfe Tätigen.

Standvergabe

Grundpaket Ausstellungsfläche:

- Standfläche Reihenstand (Mindestfläche: 3 m Breite / 2 m Tiefe)
Eine Vergrößerung des Standes in Breite und Tiefe kann jeweils nur in 1 Meter Schritten erfolgen. Bestmöglicher Platz nach dem Prinzip „first come – first serve“ und nach Verfügbarkeit.
- Aufnahme in die Ausstellerverzeichnisse auf der Congresshomepage www.Geburtshilfe-im-Dialog.de und in Anzeigen in Hebammen-Fachzeitschriften und im endgültigen Congress-Journal

Nähere Informationen und Preise finden Sie hier:

https://www.geburtshilfe-im-dialog.de/00_pdf/Anmeldung_Aussteller.pdf

Sie wünschen Marketing & Sponsoring Maßnahmen

Das können wir Ihnen bieten:

Verlinkung Firmenhomepage,
Anzeige im endgültigen Congressjournal,
Anzeige auf der Einlasskarte,
Gutscheinheft,
Congresstaschenbeilage,
Sitzplatzwerbung,
Promo-Verteilaktion,
Print-Auslage,
Aufstellen von Werbe-Roll-Up

Alle Informationen und Preise finden Sie hier

https://www.geburtshilfe-im-dialog.de/00_pdf/Marketing_und_Sponsoring.pdf

Sie möchten im Plenum präsent sein:

PDF-, PTT-Präsentationen, Videos oder Trailer

Alle Informationen und Preise finden Sie hier

https://www.geburtshilfe-im-dialog.de/00_pdf/Info_Firmen_Video_Trailer.pdf

Firmen- oder Produkt-Symposium

Alle Informationen und Preise finden Sie hier

https://www.geburtshilfe-im-dialog.de/00_pdf/Symposien_Live_Streaming.pdf

Sie haben noch Fragen – wenden Sie sich gerne an



Frau Figen Mat-Sarimaden
mat@pro-medico-fortbildung.com

Fon +49 (0)1805-343232

Congress-Impressionen der letzten Jahre



Warum ist es für Fachaussteller wichtig ist, auf dem Congress Geburtshilfe im Dialog einen Messestand zu buchen

Der Congress Geburtshilfe im Dialog ist eine herausragende Plattform, die Fachleute aus der Geburtshilfe und verwandten Bereichen zusammenbringt. Für Fachaussteller bietet die Buchung eines Messestands zahlreiche Vorteile, die weit über die reine Produktpräsentation hinausgehen.

1. Zielgerichtete Zielgruppe:

Der Congress zieht eine Vielzahl von Fachleuten an, darunter Ärzte, Hebammen, Pflegekräfte und Entscheidungsträger im Gesundheitswesen. Dies bietet Ausstellern die Möglichkeit, direkt mit einer hochqualifizierten Zielgruppe in Kontakt zu treten, die an innovativen Lösungen und Produkten interessiert ist.

2. Netzwerkbildung:

Die Veranstaltung fördert den Austausch und die Vernetzung zwischen Fachleuten. Ein Messestand ermöglicht es Ausstellern, wertvolle Kontakte zu knüpfen, Partnerschaften zu entwickeln und potenzielle Kunden zu gewinnen. Der persönliche Austausch ist oft der Schlüssel zu langfristigen Geschäftsbeziehungen.

3. Sichtbarkeit und Markenpräsenz:

Ein Messestand bietet die Möglichkeit, die eigene Marke und Produkte ins Rampenlicht zu rücken. Durch ansprechende Präsentationen und interaktive Elemente können Aussteller das Interesse der Teilnehmer wecken und ihre Markenbekanntheit steigern.

4. Wissensaustausch:

Der Congress bietet nicht nur eine Plattform für Aussteller, sondern auch für den Austausch von Wissen und Erfahrungen. Fachaussteller können ihre Expertise einbringen, indem sie Workshops oder Vorträge anbieten, was ihre Position als Branchenführer stärkt.

5. Marktforschung:

Die direkte Interaktion mit Fachbesuchern ermöglicht es Ausstellern, wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse und Herausforderungen der Zielgruppe zu gewinnen. Dieses Feedback kann entscheidend für die Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen sein.

6. Innovationspräsentation:

Der Congress ist ein idealer Ort, um neue Produkte und Technologien vorzustellen. Fachaussteller haben die Möglichkeit, ihre Innovationen einem interessierten Publikum zu präsentieren und sich von der Konkurrenz abzuheben.

Insgesamt ist die Buchung eines Messestands auf dem Congress Geburtshilfe im Dialog eine strategische Entscheidung, die Fachausstellern hilft, ihre Ziele zu erreichen, ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und wertvolle Beziehungen innerhalb der Branche aufzubauen. Nutzen Sie diese Gelegenheit, um Teil eines bedeutenden Dialogs in der Geburtshilfe zu werden! Wenn Sie als Aussteller Interesse an der Fachausstellung oder einer anderen Marketing-Aktion haben, zögern Sie nicht, uns für weitere Informationen anzusprechen. Wir freuen uns darauf, Sie bei dieser spannenden Veranstaltung begrüßen zu dürfen!

Alle an der Fachausstellung teilnehmenden Firmen haben sich mit der Anmeldung verpflichtet entsprechend dem WHO-Kodex ihr Angebot abzustimmen. Die Fachausstellung liegt in alleiniger Organisation und Verantwortung der Congressorganisation

Warum Fachaussteller in Marketing-Maßnahmen investieren sollten

In der heutigen wettbewerbsintensiven Geschäftswelt ist es für Fachaussteller unerlässlich, in Marketing-Maßnahmen zu investieren, um ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und ihre Zielgruppe effektiv zu erreichen. Hier sind einige überzeugende Gründe, warum diese Investition von großer Bedeutung ist:

1. **Steigerung der Markenbekanntheit:** Durch gezielte Marketing-Maßnahmen können Fachaussteller ihre Marke in der Branche bekannt machen. Eine starke Markenpräsenz hilft, Vertrauen bei potenziellen Kunden aufzubauen und die Wiedererkennung zu fördern.
2. **Zielgerichtete Ansprache:** Marketing ermöglicht es Fachausstellern, ihre Botschaften an spezifische Zielgruppen zu richten. Durch die Analyse von Markttrends und Kundenbedürfnissen können maßgeschneiderte Kampagnen entwickelt werden, die die richtigen Personen zur richtigen Zeit ansprechen.
3. **Wettbewerbsvorteil:** In einem gesättigten Markt ist es entscheidend, sich von der Konkurrenz abzuheben. Durch kreative und innovative Marketing-Strategien können Fachaussteller ihre Alleinstellungsmerkmale hervorheben und sich als Branchenführer positionieren.
4. **Kundenbindung:** Effektives Marketing fördert nicht nur die Neukundengewinnung, sondern auch die Bindung bestehender Kunden. Durch regelmäßige Kommunikation und wertvolle Inhalte können Fachaussteller das Vertrauen ihrer Kunden stärken und langfristige Beziehungen aufbauen.
5. **Erhöhung der Verkaufszahlen:** Investitionen in Marketing-Maßnahmen können direkt zu einer Steigerung der Verkaufszahlen führen. Durch gezielte Promotions, Veranstaltungen oder Online-Kampagnen können Fachaussteller das Interesse an ihren Produkten oder Dienstleistungen wecken und den Umsatz steigern.
6. **Förderung von Innovation:** Investitionen in Marketing können auch dazu beitragen, neue Ideen und Ansätze zu entwickeln. Durch den Austausch mit Kunden und die Analyse von Markttrends können Fachaussteller innovative Produkte und Dienstleistungen entwickeln, die den Bedürfnissen ihrer Zielgruppe entsprechen.

Insgesamt ist die Investition in Marketing-Maßnahmen für Fachaussteller eine strategische Entscheidung, die langfristige Vorteile mit sich bringt. Sie ermöglicht es, die Sichtbarkeit zu erhöhen, Kundenbeziehungen zu stärken und letztendlich den Geschäftserfolg zu sichern. In einer dynamischen und sich ständig verändernden Branche ist es unerlässlich, proaktiv zu handeln und die eigenen Marketingstrategien kontinuierlich zu verbessern

Firmen- oder Produkt-Symposium

Die Organisation eines Symposiums während eines Congresses bietet Unternehmen eine hervorragende Gelegenheit, sich in ihrer Branche zu positionieren und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Hier sind einige überzeugende Gründe, warum eine Firma diese Möglichkeit nutzen sollte:

1. **Fachliche Expertise präsentieren:** Ein Symposium ermöglicht es der Firma, ihre Expertise und Innovationskraft zu demonstrieren. Durch Fachvorträge, Diskussionsrunden und Workshops können die neuesten Forschungsergebnisse, Produkte oder Dienstleistungen vorgestellt werden. Dies stärkt das Ansehen des Unternehmens als Vordenker in der Branche.
2. **Zielgerichtete Ansprache:** Während eines Congresses versammeln sich Fachleute und Entscheidungsträger aus der Branche. Ein Symposium bietet die Möglichkeit, gezielt diese Zielgruppe anzusprechen und direkt mit ihnen in den Dialog zu treten. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Inhalte auf großes Interesse stoßen und die Teilnehmer aktiv in die Diskussion einbezogen werden.
3. **Netzwerkbildung:** Ein Symposium schafft eine Plattform für den Austausch von Ideen und Erfahrungen. Teilnehmer haben die Möglichkeit, sich untereinander zu vernetzen und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Dies kann zu zukünftigen Kooperationen, Partnerschaften oder sogar neuen Geschäftsmöglichkeiten führen.
4. **Markenbekanntheit steigern:** Durch die Ausrichtung eines Symposiums wird die Sichtbarkeit der Marke erhöht. Das Unternehmen wird als aktiver Akteur in der Branche wahrgenommen, was das Vertrauen in die Marke stärkt und die Bekanntheit erhöht.
5. **Feedback und Marktforschung:** Ein Symposium bietet die Möglichkeit, direktes Feedback von Fachleuten zu erhalten. Die Diskussionen und Fragen der Teilnehmer können wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse und Herausforderungen der Zielgruppe liefern, die für die Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen entscheidend sein können.
6. **Förderung des Dialogs:** Ein Symposium fördert den Austausch von Wissen und Erfahrungen. Es schafft einen Raum für offene Diskussionen über aktuelle Themen und Herausforderungen in der Branche, was zu einem tieferen Verständnis und neuen Lösungsansätzen führen kann.
7. **Differenzierung von der Konkurrenz:** In einem wettbewerbsintensiven Umfeld hebt sich ein Symposium von anderen Marketingaktivitäten ab. Es zeigt Engagement und Initiative, was das Unternehmen von anderen Wettbewerbern unterscheidet und einen bleibenden Eindruck hinterlässt.

Insgesamt bietet die Veranstaltung eines Symposiums während eines Congresses eine wertvolle Gelegenheit, die eigene Position in der Branche zu stärken, Wissen zu teilen und bedeutende Beziehungen aufzubauen. Es ist eine Investition in die Zukunft des Unternehmens und eine Chance, aktiv zur Weiterentwicklung der Branche beizutragen.