



КРАТКИЙ ГИД

КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ БЕЗ НЕРВОВ И С УДОВОЛЬСТВИЕМ?

Клиентские встречи и мероприятия – ключ к успеху? Представьте, сколько их необходимо провести, чтобы встретиться с таким числом заказчиков, которое приходит на наши выставки.

Мы уверены, что выставки – это суперсила личного общения. За несколько дней вы можете дотянуться до сотен и тысяч тех, кто не отвечает на ваши письма и звонки. И если вы читаете этот гид, мы с вами мыслим одинаково!

Чтобы помочь вам получить максимум комфорта и отдачи от участия, мы разработали план действий, которого рекомендуем придерживаться до, во время и после выставки. Наш план напоминает квест – качественное выполнение каждого из пунктов шаг за шагом приблизит вас к реализации всех намеченных целей.





С ЧЕГО НАЧАТЬ?



1 ОБОЗНАЧЬТЕ ВАШИ ЦЕЛИ НА ВЫСТАВКЕ И РЕЗУЛЬТАТ, КОТОРЫЙ ВЫ ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ ОТ УЧАСТИЯ

Помните, что чем четче вы сформулируйте свои задачи, тем проще их будет реализовать на выставке.

2 НЕ СТРЕМИТЕСЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

Свяжитесь с нами, и наши профессионалы составят для вас наилучшее предложение, отвечающее вашим целям, и расскажут о текущих спецпредложениях и акциях.

3 МЫ ПРЕДЛОЖИМ ВАМ ФОРМАТЫ ИНТЕГРАЦИИ В ПРОЕКТЕ

Стенд, корнер, реклама, контент или спонсорские пакеты – любой формат для достижения необходимых результатов.

Если среди форматов вы выбрали стенд, подумайте вместе с командой о его конфигурации.

Здесь мы рекомендуем ориентироваться на:

- возможное одновременное количество посетителей на стенде;
- мастер-классы, конкурсы, демонстрации работы техники на стенде;
- пространство для переговоров, общения;
- габариты техники, необходимость подключения электричества, WiFi, воды.

Все это поможет нам сделать индивидуальное предложение для вас.

4 ПОСЛЕ ОБСУЖДЕНИЯ ФОРМАТОВ УЧАСТИЯ МЕНЕДЖЕР НАПРАВИТ ДЛЯ ЗАПОЛНЕНИЯ ЗАЯВКУ НА УЧАСТИЕ

Так вы подтвердите ваше намерение.

Мы являемся «белой» компанией со скрупулезным подходом к оформлению и готовы предоставить любые подтверждающие документы по запросу вашего руководства и коллег.

5 ОПЛАТА УЧАСТИЯ ОБЫЧНО ПРОХОДИТ В ДВА ЭТАПА

Это предоплата и финальная часть. К участию допускаются компании, оплатившие 100% стоимости договора.

100% оплата автоматически открывает вам доступ ко всем инструментам выставки по продвижению и анонсированию.



ДЛЯ ВАС ВЫСТАВКА УЖЕ НАЧАЛАСЬ!



6 ВЫ ПОЛУЧИТЕ ПИСЬМО-ПРИГЛАШЕНИЕ В ВАШ ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ

Заполните анкету компании максимально подробно и внимательно – не откладывайте заполнение в долгий ящик!

Предоставьте доступ к личному кабинету вашим коллегам и разделите задачи по заполнению.

ЧТО ПРОИЗОЙДЕТ, ЕСЛИ ВЫ НЕ СДЕЛАЕТЕ ЭТОГО ВОВРЕМЯ ИЛИ НЕ СДЕЛАЕТЕ СОВСЕМ?

Посетители выставки получат анонсы и информацию о ваших конкурентах, не о вас.

Заполненная карточка вашей компании – это:

- появление в наших рассылках, соцсетях, новостях для посетителей и пресс-релизах для СМИ;
- появление в списках рекомендованных к посещению компаний;
- яркое присутствие в онлайн-каталоге - второй по посещаемости странице любого нашего проекта – в течение 9 месяцев.

В среднем по результатам наших выставок компания-участник упоминается в рассылках с рекомендациями по посетителям 589 раз!

7 ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ БОЛЬШЕ ПРОСМОТРОВ? ВЫБИРАЙТЕ ОПЦИИ СЕРЕБРЯНЫЙ ИЛИ ЗОЛОТОЙ ПАКЕТ ОНЛАЙН-КАТАЛОГА

Красочное и информативное отображение в общем списке компаний – повод для посетителя перейти на карточку именно вашей компании.

Статистика вещь упрямая! Зафиксированный рост посещений таких карточек компаний – на 300% -1000% выше от проекта к проекту по сравнению с базовым (Бронзовым) пакетом.

8 ВНЕДРЯЙТЕСЬ В НАШУ КОНТЕНТ-ПРОГРАММУ 365

Расширяйте свою базу контактов, конвертируйте аудиторию проекта в своих клиентов, а в конце сезона собирайте весь спрос на выставке.

Мы создали условия для непрерывного контакта с аудиторией в течение всего года. Наши технологические форматы прекрасно дополняют участие в выставке:

- лидерство в профессиональных сообществах;
- присутствие в контентных онлайн-продуктах выставки;
- личные переговоры с байерами.



ВЫСТАВКА ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО НЕДЕЛЬ: ЧТО ДЕЛАТЬ?



9 РАЗОШЛИТЕ ПРИГЛАШЕНИЯ СВОИМ ПАРТНЕРАМ ЧЕРЕЗ ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ

Получите у вашего менеджера выставки материалы для анонсирования: промокоды, пресс-релизы, баннеры для сайтов и email-подписи. Наши проекты – флагманы в своих отраслях, не стесняйтесь приглашать ваших партнеров на свой стенд – это способ повышения их лояльности!

10 В ОДНОМ СТИЛЕ С ДИЗАЙНОМ СТЕНДА ПОДГОТОВЬТЕ РАЗДАТОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Это даст им возможность еще раз вернуться к вашей компании после выставки и в спокойной обстановке оценить предложения.

11 ЗАПЛАНИРУЙТЕ ИНТЕРЕСНЫЕ АКТИВНОСТИ НА ВАШЕМ СТЕНДЕ

Они стабильно привлекают на стенд трафик. Чем больше информации о потенциальном клиенте и его бизнес-интересах вы узнаете, тем больше вероятность предложить ему именно то, что нужно, и начать сотрудничество после выставки.

12 ОПРЕДЕЛИТЕ, КТО БУДЕТ ПРЕДСТАВЛЯТЬ ВАШУ КОМПАНИЮ НА СТЕНДЕ В ТЕЧЕНИЕ ВЫСТАВКИ, И ЗОНЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАЖДОГО

Это могут быть и ваши сотрудники, и персонал, заказанный у агентства. Уделите внимание четкому брифингу, поставьте конкретные задачи, выбирайте активных и компетентных. Главный критерий при выборе? Представьте, что отправляете этих людей на важные переговоры с клиентом.

13 ПОЗАБОТЬСЯ О КОМФОРТЕ НЕ ТОЛЬКО КЛИЕНТОВ, НО И ВАШИХ СТЕНДИСТОВ

Убедитесь, что на стенде есть достаточное количество питьевой воды, будет время и место для отдыха, возможность пройтись и перекусить.

14 ПРОВЕРЬТЕ ЕЩЕ РАЗ ЗАКАЗАННЫЕ УСЛУГИ, ТЕХНИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОМЕНТЫ ВМЕСТЕ С МЕНЕДЖЕРОМ

Сделать это во время выставки, как правило, дорого и сложно, лучше заказать все заранее.

При заказе дополнительных услуг позже срока вы переплатите от 50 до 100% – такие правила у площадок, где проходят выставки.

15 ПОДГОТОВЬТЕСЬ К ЗАЕЗДУ НА ВЫСТАВКУ – ЭТО ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЭТАП, КОТОРЫЙ НЕЛЬЗЯ ОСТАВЛЯТЬ НА ПОСЛЕДНИЙ МОМЕНТ

Ваш менеджер поможет со всеми деталями подготовки и направит всю необходимую информацию. Не стесняйтесь задавать любые вопросы – это нормально, мы поможем!

16 В ЛИЧНОМ КАБИНЕТЕ ОФОРМИТЕ БЕЙДЖИ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ НА СТЕНДЕ

Без них они не смогут попасть в зал выставки. Мы не собираем никаких списков и таблиц – вы сами определяете, когда этим заниматься (конечно, чем раньше, тем лучше). Через личный кабинет вы сможете управлять бейджами: удалять неактуальные и создавать новые.

17 УСТАНОВИТЕ И ИЗУЧИТЕ БЕСПЛАТНОЕ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ REED CLICK

Поверьте, это настоящее сокровище для участника! С его помощью вы легко получите подробную статистику о посетителях стенда и активности стендистов. Убедитесь, что приложение установлено у всех представителей стенда, и они сканируют бейджи всех своих посетителей. Как пользоваться? В вашем личном кабинете наглядная инструкция.



А ВОТ И ВЫСТАВКА: КАК СЕБЯ ВЕСТИ?



18 УБЕДИТЕСЬ, ЧТО НАКАНУНЕ ВЫСТАВКИ ВАШ СТЕНД УЖЕ ПОЛНОСТЬЮ ОФОРМЛЕН И ВСЕ РАБОТЫ ЗАКОНЧЕНЫ

Не бойтесь оставлять какие-то материалы на ночь – зал закрывается и охраняется. Особо ценные личные вещи, конечно, лучше держать на виду, не оставляя ни в какое время на стенде. К часу открытия выставки никакие работы по оформлению стенда недопустимы – зал уже наполнен гостями, и встречать их неподготовленным – не лучшее решение.

19 ЕСЛИ ВОЗНИКНУТ ВОПРОСЫ ПО БЕЙДЖАМ СОТРУДНИКОВ

Вы можете легко их решить на стойке регистрации как в дни заезда, так и во время выставки – наша служба поддержки работает всю выставку non-stop.

20 ЕЖЕДНЕВНО УТРОМ ПРОВОДИТЕ БРИФИНГ СОТРУДНИКОВ ВАШЕГО СТЕНДА

Мотивируйте вашу команду и подчеркивайте значимость работы на выставке каждого. На вечернем брифинге подводите небольшие итоги прошедшего дня и обсуждайте их совместно с командой. Будьте энергичными и позитивными – это правда важно!

21 ЧТО НЕОБХОДИМО ИМЕТЬ СОТРУДНИКАМ СТЕНДА?

Опрятный вид, улыбку, хорошее настроение, раздаточные материалы, соответствующие компетенции и установленное приложение Reed Click.

От работы персонала зависит многое. По статистике 24% посетителей негативно оценили качество коммуникаций на стендах по результатам некоторых наших выставок!

22 СКАНИРУЙТЕ БЕЙДЖИ ВСЕХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВАШЕГО СТЕНДА С ПОМОЩЬЮ REED CLICK

В режиме реального времени вы будете видеть статистику по географии, интересам, должностям и профилям посетителей стенда. Отчет будет

доступен и после выставки, что позволит оценить эффективность работы вашего стенда и сделать важные выводы об участии.

Самые активно сканирующие сотрудники и компании получают приятные призы и бонусы. Если ваш стенд будет самым посещаемым, приз ждет и вас!

23 ВЫСТАВКА КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ

Используйте ваши сайты и соцсети для онлайн-трансляций и публикации постов с мероприятия. Используйте официальные хэштэги выставки и получите больший охват!

24 НА ВЫСТАВКЕ МЫ ПОПРОСИМ ВАС ОЦЕНИТЬ УЧАСТИЕ

Пожалуйста, постарайтесь максимально полно ответить на все вопросы нашей анкеты. Ваше мнение чрезвычайно важно для дальнейшего развития проекта и понимания ваших целей и ожиданий! Только вы решаете, правильно ли мы все сделали – мы работаем для вас.

25 ЗАБРОНИРУЙТЕ ЛУЧШИЕ ОПЦИИ НА БУДУЩИЙ СЕЗОН ПРЯМО НА ВЫСТАВКЕ

Во время выставки используйте возможность забронировать приоритетное размещение на следующий сезон и рекламные опции по специальным ценам. Посоветуйтесь с вашим менеджером о вариантах на будущее участие – возможно, вы захотите оставить все как есть или выбрать совершенно иной формат интеграции.

От 50% до 70% лучших форматов и стендов бронируются прямо на выставке!





МЫ СДЕЛАЛИ ЭТО! ВЫСТАВКА ЗАКОНЧИЛАСЬ, ПОДВОДИМ ИТОГИ



26 СОБЕРИТЕ ВСЕ ДАННЫЕ ПО ВЫСТАВКЕ

Зайдите в свой личный кабинет и скачайте статистику и отчеты. Соберите и обработайте информацию, визитки и обратную связь от всех сотрудников стенда.

27 ПОСЛЕДУЮЩАЯ СВЯЗЬ С КЛИЕНТАМИ

Рекомендуем связаться со всеми посетителями стенда в течение недели после выставки. Напомните им о себе, поблагодарите за встречи, отправьте обещанные материалы и продолжайте обсуждать сотрудничество.

По каким-то причинам до 22% наших посетителей не получают обратную связь после выставки! Нонсенс, правда?

28 ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО МЕСЯЦЕВ ОЦЕНИТЕ РЕЗУЛЬТАТЫ УЧАСТИЯ С УЧЕТОМ ЦЕЛЕЙ, КОТОРЫЕ ВЫ СТАВИЛИ

Сумма контрактов, количество обращений, рост посещаемости сайта, подписчиков в соцсетях, повышение узнаваемости и лояльности, новые рынки или географии. Это поможет оценить эффективность участия и ROI.

По статистике, средний минимальный ROI наших экспонентов составляет не менее 145% по результатам выставок. И чем четче выполнены шаги из этого гйда, тем он выше.

Если вам недостаточно данных для подсчета, дайте нам знать – мы собираем большой объем аналитики и наверняка сможем найти нужную цифру.

СПАСИБО ЗА ДОВЕРИЕ И УЧАСТИЕ В НАШИХ ПРОЕКТАХ!

...И начинаем подготовку к новому сезону!

