**Практический семинар для экспонентов**

**«Как повысить эффективность участия в выставках»**

**Программа семинара** (10:00-18:00, 4 части, 3 перерыва)

**10:00-11:40 | Первая часть**

Что не позволяет экспонентам добиваться на выставках максимальных результатов.

Типичные ошибки и стереотипы

Группы задач, которые можно решать на выставке. Как правильно поставить задачи

участия в выставке

«Формула экспоэффективности»: как заранее рассчитать среднее количество контактов

с посетителями выставки, необходимое количество сотрудников для работы на стенде,

норму контактов с посетителями на одного сотрудника, среднее количество и примерный объем продаж по итогам выставки

Как создать фундамент успеха на выставке

- Как сформировать концепцию участия в выставке

- Предвыставочная рекламная кампания. Как и когда анонсировать участие в выставке

- Как разработать фирменный экспостиль

Выставочный стенд

- Главные функции стенда

- Организация пространства стенда

11:40-12:00 | Кофе-брейк

**12:00-13:30 | Вторая часть**

- Как выгодно представить товары или услуги на стенде

- Как привлечь внимание посетителей к стенду

- Тенденции эксподизайна: текстовое, графическое, динамическое,

  цветовое, световое, интерактивное оформление стенда

Полиграфическая и сувенирная продукция

- Какие рекламно-информационные материалы необходимо подготовить к выставке
- Какой формат выбрать: бумажный или электронный

- Как найти подходящий сувенир

Как организовать успешное деловое мероприятие на выставке

Как использовать рекламные возможности выставки, чтобы повысить посещаемость стенда

13:30-14:30 | Перерыв на обед

**14:30-16:10 | Третья часть**

Выставочная команда. Кто нужен на выставке

- Отбор и подготовка персонала: что должны знать и уметь сотрудники компании,

  работающие на выставке. Принципы командного взаимодействия

- Внешний вид и правила поведения персонала: что не следует делать на стенде

- Стимулирование персонала: как повысить качество работы сотрудников компании на выставке

- Как использовать временный персонал

Как превратить посетителей выставки в клиентов

- Зачем посетители приходят на выставки

- Что всегда привлекает и интригует, а что отпугивает посетителей

- Что оставляет у посетителей наиболее яркие впечатления

- Как сказать посетителям то, что они хотят слышать

- Как разговаривать с посетителями на «языке выгоды»

Методы работы с посетителями

- Алгоритм контакта с посетителем выставки. Этапы и задачи

- Как установить контакт с посетителем: «реактивная» и «проактивная» модели

- Как идентифицировать посетителя

- Как расположить посетителя на стенде

16:10-16:30 | Кофе-брейк

**16:30-18:00 | Четвертая часть**

- Как выяснить задачи и определить коммерческий потенциал посетителя

- Представление продукта, работа с вопросами и возражениями

- Как оказать позитивное влияние на посетителя

- Регистрация посетителей стенда. Как фиксировать выставочные контакты

- Как правильно завершить разговор с посетителем

- Что делать, когда посетителей мало, и когда их много.

  Как работать с несколькими посетителями одновременно

- Как ограничить общение с нецелевыми посетителями

Практические советы по работе на выставке

- Как организовать режим работы на стенде

- Как поддерживать работоспособность в течение дня

- Почему важно использовать время работы выставки с первой до последней минуты

Поствыставочный период. Что необходимо сделать после выставки

- Как обрабатывать контакты, полученные на выставке

- Как оценить эффективность участия в выставке