

*«КРУПНЫЙ УСПЕХ СОСТАВЛЯЕТСЯ ИЗ
МНОЖЕСТВА ПРЕДУСМОТРЕННЫХ И
ОБДУМАННЫХ МЕЛОЧЕЙ».*

В.О. КЛЮЧЕВСКИЙ

**ВЫСТАВКИ – ЛУЧШИЙ СПОСОБ
ПРОДЕМОНСТРИРОВАТЬ ВАШУ КОМПАНИЮ. ЭТО
ИМИДЖЕВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ, ПОЭТОМУ ПРИ
ПОДГОТОВКЕ НУЖНО ПРОДУМЫВАТЬ КАЖДУЮ
ДЕТАЛЬ. ЕСЛИ ВЫ ХОТИТЕ ОРГАНИЗОВАТЬ УЧАСТИЕ
В ВЫСТАВКЕ НА ВЫСОКОМ УРОВНЕ, ГОТОВИТЬСЯ
НУЖНО МИНИМУМ ЗА 2 МЕСЯЦА. ПРИ
ОРГАНИЗАЦИИ ВАЖНО ПРОДУМАТЬ ОФОРМЛЕНИЕ
ВАШИХ СТЕНДОВ, ВЫБРАТЬ ДИЗАЙН, ВИДЫ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИЗДЕЛИЙ.**

План выставочного проекта.



План выставочного проекта должен быть жестко ограничен контрольными сроками и содержать имена сотрудников ответственных за его реализацию.

Продолжительность выполнения работ лучше устанавливать с учетом всех возможных рисков и задержек.

За двенадцать месяцев

- Оцените и выберите выставку;

- Рассчитайте и утвердите бюджет выставки;



- Отправьте заявку на участие в выставке и подпишите договор.



За десять месяцев

- Просмотрите пакет документации экспонента, заполните и отправьте все формы и бланки;
- Запросите у организаторов программу выставки;
- Подтвердите участие Вашей компании в мероприятиях деловой или научной программы;
- Поддерживайте связь с организаторами выставки, чтобы быть в курсе всех изменений.

За шесть месяцев

- Если стенд эксклюзивной застройки, то закажите выставочный стенд в профессиональной компании;
- Если стенд стандартный, то определите количество свободных стен и плакатов, которые надо поместить
- Определите, какие товары или услуги будут представлены на выставке;

За четыре месяца

- Утвердите проект выставочного стенда;
- Закажите у организаторов пригласительные билеты на выставку;

За три месяца

- Начните предвыставочную маркетинговую кампанию
- Цель увеличить количество посетителей Вашего стенда;
- Рассылка с приглашением на стенд (1 этап).



За два месяца

- Проведите собрание с выставочной командой для определения готовности. Скоординируйте работу с другими отделами Вашей компании;
- Усиливайте предвыставочную маркетинговую программу. Рассылайте персональные приглашения постоянным и потенциальным клиентам;
- Окончательно определите персонал, расписание и условия работы на выставке.
- Подготовьте макет письма и необходимые материалы для рассылки клиентам после выставки;
- Подготовьте рекламные материалы компании, которые можно будет использовать на выставке;

За один місяць

- Організуйте обучение персонала работе на выставке;
- Проведите повторную рассылку приглашений на выставку;



За две недели

- Обзвоните Ваших потенциальных и постоянных клиентов и партнеров;
- Утвердите график встреч на выставке;
- Определите список сотрудников, которые будут работать на выставке;
- Активизируйте предвыставочную подготовку персонала.

За одну неделю

- Проведите завершающее общее собрание и инструктаж Выставочной команды;
- Подготовьте оборудование и рекламные материалы к заезду на выставку;
- Соберите все необходимое на выставке;



Спасибо за внимание!