

ВЫСТАВКА МЕРЧАНТОВ

16-18
октября 2017

DEALSHAKER.EU

Конгресс-отель

АРЕАЛ





ЗАГОРОДНЫЙ ОТЕЛЬ В ПОДМОСКОВЬЕ.

ПРИОТЕЛЬ «РЕМЬ»

Загородный отель «Ремь» – это уютная и комфортабельная резиденция, расположенная в живописном месте, окруженном лесом. Отель предлагает гостям широкий спектр услуг, включая проживание в комфортабельных номерах, питание в ресторане, спа-процедуры и многое другое. Отель «Ремь» – это идеальное место для отдыха и релаксации.

Проект реализуется в рамках государственной программы «Развитие туризма и рекреации». Проект реализуется в рамках государственной программы «Развитие туризма и рекреации». Проект реализуется в рамках государственной программы «Развитие туризма и рекреации».

ООО «С.Т.С.»
ИНН 50/0010000000
ОГРН 5007003000000

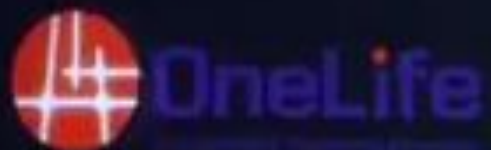
**Работа на выставках –
эффективный инструмент
развития бизнеса**

OneLife!

Подготовьте, пожалуйста, ручки и блокноты для записей!



DEAL
SHAKER



МИССИЯ ЗАДАЧИ ЦЕЛИ

Создание платежной
системы



[Главная](#)[Часто задаваемые вопросы](#)[Центр ресурсов](#)

ABOUT

Dealshaker представляет собой онлайн-площадку для заключения сделок и рекламы товаров и услуг, для использования которой клиентам необходимо зарегистрироваться в качестве участников. Данная платформа позволяет клиентам заключать сделки как с бизнесом, так и друг с другом, а также использовать для оплаты традиционные денежные средства (евро) и криптовалюту нового поколения — OneCoin. Рекламные объявления группируются на основе географического региона, категории и типа бизнеса

MISSION

DealShaker стремится расширить возможности всех, кто желает принять участие в построении будущего финансового мира с помощью виртуальной массовой криптовалюты ONE.

VISION

В основе действий команды DealShaker лежит сильное стремление каждого из участников внести свой вклад в устойчивое развитие инновационной платформы, предоставить одному из самых быстро сетевых сообществ в мире возможность совершать сделки купли-продажи в традиционной валюте (евро) и криптовалюте (OneCoin). В условиях стремительной глобализации мы поставили себе цель стать центром встречи покупателей, предпринимателей и всех пользователей Интернета, находящихся в поиске чего-то нового, независимо их местоположения. Единая платформа, которая подходит как для клиентов, так и для покупателей и ориентируется на их потребности, где продавец может стать покупателем, а каждый пользователь может примерить на себя роль продавца.

Форма участия

Очное участие

- самостоятельное
- групповое

Заочное участие

- В качестве посетителя

Выставки и ярмарки по тематическому (отраслевому) признаку

- универсальные
- многоотраслевые
- отраслевые
- специализированные



Выставка – это состязание, требующее большой выдержки, воли, быстрого анализа и принятия решения, сопровождающееся стрессом, сильнейшими физическими и психологическими нагрузками



Разработка планов участия в выставках

В срок до декабря месяца, предшествующего года подготовьте План участия Вашей команды в выставках

<http://www.exponet.ru>

<https://expomap.ru>

<http://www.informexpo.ru>

<http://expobusiness.ru>

<http://www.expolife.ru>



Этапы выставочной работы

Предвыставочная
подготовка

Работа на выставке

Послевыставочная
работа

Подготовка к выставке

4 этапа подготовки к выставке



Содержательная подготовка



Психологическая подготовка



Корпоративные стандарты



Командная и процедурная подготовка

Содержательная подготовка



Основные задачи:

- Четко сформулировать цели
- Определить задачи, вытекающие из поставленных целей
- Собрать информацию об особенностях данной выставки, насколько активны ее организаторы, участники и посетители
- Разработать сценарий работы на выставке



Требования к целям участия

Цель участия в выставке должна:

- иметь четкую и ясную формулировку;
- однозначно трактоваться;
- быть реальной;
- быть достижимой;
- измеримой (качественно и количественно);
- иметь мотивацию для участников;
- иметь алгоритм достижения;
- быть сформулированной письменно и обязательно иметь конечную дату.



Основные цели участия

1. Контакты
2. Поиск новых партнеров
3. Презентация продуктов
4. Формирование имиджа
Компании
5. Продажа



Стенд

Стенд должен быть организован для показа продукции.
Независимо от типа стенда и его размеров он должен
иметь три функциональные зоны:

- презентационную площадь;
- место для переговоров;
- подсобное помещение.



Стенд

Хорошими для расположения стендов считаются места:

- направо от входа;
- в центральной части выставочной площади;
- наиболее приближенные к входу;
- на пересечении главных проходов;
- на пересечении главных и второстепенных проходов;
- в главных проходах;
- на пересечении второстепенных проходов.



Стенд

Если в силу различных обстоятельств Вам досталось неудачное месторасположение стенда, то возможны некоторые варианты повышения эффективности Вашей деятельности на выставке.

- значительно увеличить количество дистрибьюторов, работающих вне стенда;
- более тщательно провести их подготовку;
- провести презентацию, семинар, круглый стол, мастер-класс;
- провести лотерею, конкурс возле стенда или недалеко от него;
- разместить различные указатели о месте нахождения вашего стенда.

Оформление стенда

При оформлении стенда учитывайте, что большинство посетителей осматривают стенд как бы в три этапа:

- с большого расстояния — из конца прохода, а значит, требуются визуальные ориентиры, привлекающие внимание, прежде всего, над стендом;
- со среднего расстояния, постепенно приближаясь; следовательно, нужно соответствующее оформление верха (фриза) стенда и его фасада (или же верха задней стенки, если фасад открыт);
- с близкого расстояния — требуются оформительские элементы, привлекающие внимание и зовущие на стенд.



Volia Volia

КРИПТОВАЛЮТА С БЪЛГАРСКИ ПРОИЗХОД

Forbes

РУЖА ИГНАТОВА

ФИНАНСОВИТ
ЕНОХЕ ДА ЗАДЕ
ИВЕН С ONECOIN



СОЗДАТЕЛЪТ ДОКТОР РУЖА ИГНАТОВА

Основател и CEO компании OneCoin,
создатель первой централизованной
криптовалюты OneCoin (ванкоин).

OneCoin

БЪДЕЩЕТО НА РАЗПЛАЩАНИЯТА



Стенд

Секреты успеха!

- Ваш стенд должен рождать в сознании какой-то образ. Дизайн стенда должен привлекать и останавливать проходящих мимо него рассеянных посетителей.
- Учитывайте потоки посетителей на соседние стенды и найдите способы переключения части или всего потока посетителей на Ваш стенд.



Сценарий работы на выставке

Должны быть даны ответы на вопросы:

- Что наиболее важно для Вашей команды в свете поставленных целей, на что необходимо делать особенный акцент?
- Какие мероприятия должны быть включены в план подготовки к выставке, включая рассылки, разработку и печать рекламно-информационных материалов, проектирование самого стенда и т.п.
- Кого из партнеров, клиентов необходимо пригласить?
- Чем стенд будет привлекать внимание посетителей?
- Какие акции планируется провести в рамках выставки?
- В каких мероприятиях предлагаемых организаторами необходимо принять участие?
- Как, по какому графику будут работать дистрибьюторы?



Сценарий работы на выставке

Должны быть даны ответы на вопросы:

- Какие мероприятия должны быть включены в план подготовки к выставке, Какие рекламные и дизайнерские решения будут использованы при проектировании стенда, с тем, что бы стенд был не только привлекательным для посетителей, но и удобным для работы?
- Какие рекламные и информационные материалы будут использованы?
- Какие сувениры необходимы для работы?
- Какие будут использоваться формы регистрации посетителей?
- Какие опросы, анкеты будут применяться на стенде во время работы выставки?
- Что предполагается делать с результатами работы?



Психологическая подготовка

Основные задачи:

- Информационно - теоретическая подготовка дистрибьюторов, работающих на выставке (стендистов)
- Психологическая подготовка. Тренинг стендистов.

Дистрибьюторы, работающие на стенде должны знать:

- Миссию BIOSEA, историю, стратегические цели развития.
- Продукцию и ассортимент.
- Технологию и правила работы с клиентами,
- Регистрационные формы, анкеты используемые в работе на выставке.



Психологическая подготовка

Стендисты должны уметь использовать в своей работе:

- приемы установления контакта,
- основные правила приема/передачи информации,
- техники активного слушания,
- техники ведения диалога,
- техники спрашивания (открытые и закрытые вопросы),
- правила и ритуалы завершения взаимодействия,
- технологии работы с потоком посетителей,
- способы отсеечения нецелевых клиентов,
- правила рационального поведения в конфликтных ситуациях,
- приемы психологической самозащиты и повышения стрессоустойчивости.



Психологическая подготовка

До выставки каждый стендист должен получить следующую информацию:

- Каких целей команда хочет достичь с помощью участия в выставке
- На какую целевую аудиторию рассчитана данная выставка
- Стандартные информационные блоки по представляемым продуктам
- График работы на выставке
- Личный план работы



Командная и процедурная подготовка

Лидер команды дистрибьюторов должен:

- Определить цели
- Обеспечить руководство
- Распределить обязанности и роли
- Спланировать всю работу команды по датам
- Составить для каждого участника календарь работы
- Следить за тем, чтобы информация доводилась до всех стэндистов
- Регулярно контролировать финансовую сторону, соотносить расходы с планируемыми доходами
- Заранее определить даты проведения основных встреч по подготовке к участию в выставке



Психологическая подготовка



- Стандартные информационные блоки должны содержать в себе информацию о тех выгодах, которые получит клиент при сотрудничестве с 
- Презентация Компании должна быть основана на предварительно выделенных потребностях клиентов, ее формулировки должны различаться в зависимости от типа собеседника.

Командная и процедурная подготовка

Роли и ответственность в стендовой команде

ФИО	Ответственность, функции					
	транспорт	монтаж и оформление стенда	рекламные материалы	консультации, переговоры	привлечение посетителей	иное
1. Петрова О.						

График работы

с «___» «___» 20__ по «___» «___» 20__

№	ФИО	дата	часы
1.	Иванова М.	27.05.2016	10.00 --12.00 14.00 – 16.00

Максимальная эффективность работы на стенде достигается в случае смены стендистов через каждые два часа. Это может быть режим: два часа работы – два часа отдыха.

Командная и процедурная подготовка

Для того, чтобы работа на выставке не превратилась в некую «тусовку» полезно:

- Определить, кто будет нести ответственность за все технические моменты
- Определить ответственных за каждый участок работы, за достижение каждого блока целей
- Назначить дежурного
- Заранее выделить дистрибьюторов для посещения семинаров, круглых столов, конференций, проводимых организаторами
- Определить дистрибьюторов, которые будут работать не только на стенде, но и в «поле»
- Заранее разработать форму регистрации посетителей стенда
- Вести структурированный дневник выставки, заполнять его в конце каждого рабочего дня

Командная и процедурная подготовка

Чемоданчик стендиста

Документы:

- Документация по выставке:
 - копия (оригинал) Договора с Оргкомитетом;
 - платежное поручение (если деньги переводились в последний момент);
 - счета-фактуры и дополнительные документы, которые необходимо заверить печатью организатора выставки.
- Регистрационные формы
- Прайс - листы, рекламно-информационные материалы
-
- Карта


Командная и процедурная подготовка

Чемоданчик стендиста

Информация, реклама и фирменный стиль.

- Визитные карточки (с избытком).
- Бэйджи стендистов.
- Пробники, сувениры.
- Расписание презентаций, график присутствия стендистов и т.п.

Канцелярия

- Ножницы.
 - Степлер.
 - Нож (лучше - "швейцарский").
 - Новая записная книжка и/или бумага для записей.
 - Прозрачный скотч.
 - Недорогие авторучки (в избытке).
- 

Командная и процедурная подготовка

Чемоданчик стендиста

Оборудование и связь.

- Сотовый телефон и зарядное устройство к нему.
- Калькулятор.
- Электрошнур - удлинитель с несколькими розетками.
- Фотоаппарат, диктофон (при необходимости).
- Запасные детали, которые могут выйти из строя.
- Электрочайник и /или кофеварка (при необходимости).

Деньги:

- Мелкие деньги для сдачи.

Работа на выставке

Коммуникации на выставке

Правила установления контакта

1. Приветствие

- улыбка
- обращение
- легкий поклон или рукопожатие

2. Установление контакта глаз.

- Контакт глаз должен быть не меньше 15% от всего времени общения.



Работа на выставке

Коммуникации на выставке

Правила установления контакта

3. Изменение дистанции

- **Интимная дистанция** – от 0 до 45 см. Допускаются только избранные, очень близкие люди. Нарушать нельзя.
- **Дружеская дистанция** – от 45 см до 1, 2 м. Допускаются только друзья, родственники, хорошо знакомые люди. Самовольно нарушать не рекомендуется.
- **Деловая (социальная) дистанция** - от 1,2 м до 4 м. В её пределах протекает большая часть делового общения - на работе, в общественных местах. Наиболее оптимальная для общения.
- **Публичная дистанция** - больше 4 м. Общение на таком расстоянии не рационально. Внимание собеседника рассеивается.

Необходимо дать понять собеседнику, что Вам приятно встретиться с ним,

Работа на выставке

Коммуникации на выставке

Вы никому ничего не должны, кроме пяти вещей:

1. Вы должны отвлечь посетителя от его глубоко личных дум, вывести его из прострации и обратить внимание на себя.
2. Вы должны сосредоточиться на его личности. Интересуйтесь клиентом, если хотите заинтересовать его.
3. Вы должны наладить эмоциональный контакт с посетителем.
4. Вы вместе должны немного поиграть.
5. **Вы должны заговорить первым!** Когда посетитель подойдет ближе, Вы должны, Вы обязаны вовлечь его в разговор. Это должно стать законом!

Работа на выставке

Чего делать нельзя

- Есть и пить на стенде. Люди проходят мимо - чтобы не мешать.
- Вступать в долгие пространственные разговоры с любителями поговорить - теряем проходящих, которые не подходят, т.к. "ты занят".
- Оставлять остановившегося посетителя без внимания - дать ему понять, что Вы его видите.
- Сидеть в глубине стенда.
- Приставать к посетителям с вопросом: "Что вас интересует?", так как с неизменностью Вы будете получать один и тот же ответ (с небольшими вариациями): "Да, я тут посмотрю пока..."
- Оставлять на открытой для посетителей части стенда чужие рекламные материалы.
- «Больше двух не собираться».



- **Работайте.**
 - как можно большее число посетителей проинформируйте о нашей Компании, дайте возможность протестировать продукцию
 - получайте контактную информацию
- Создавайте впечатление праздника у посетителей и у самих себя.
- Обращайтесь к собеседнику по имени.
- «Ловите» каждого клиента!
- Имейте безупречный внешний вид.
- Двигайтесь. Двигайтесь в буквальном смысле слова. Разминайтесь.
- Стоя и ожидая посетителей следите за осанкой

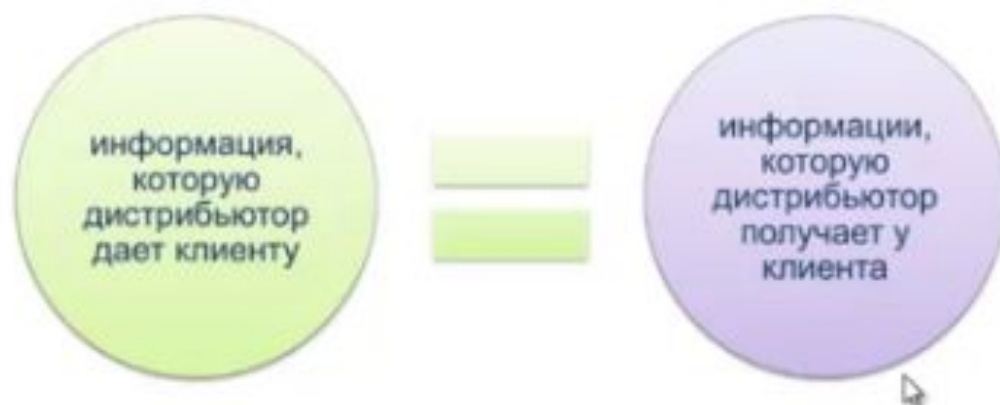
Вам будет легче получить результат, если

- на большинстве выставленной продукции есть надписи;
- Вы будете стоять не на территории стенда, а перед ним, и заворачивать к себе поток посетителей;
- максимально присоедините клиента действием;
- при прощании Вы скажете: «Всего хорошего. **олюбви**»
- на стенде обязательно будут 2 вещи: зеркало, часы;
- будет обязательный запас воды или сока из расчета 3 литра на 2 человек в день.
- Вы обязательно принимаете контрастный душ утром и вечером;
- все домашние проблемы Вы оставите дома;
- отнесетесь с самоиронией ко всем неприятностям, происходящим на выставке.



Ведение эффективных переговоров в выставочных условиях

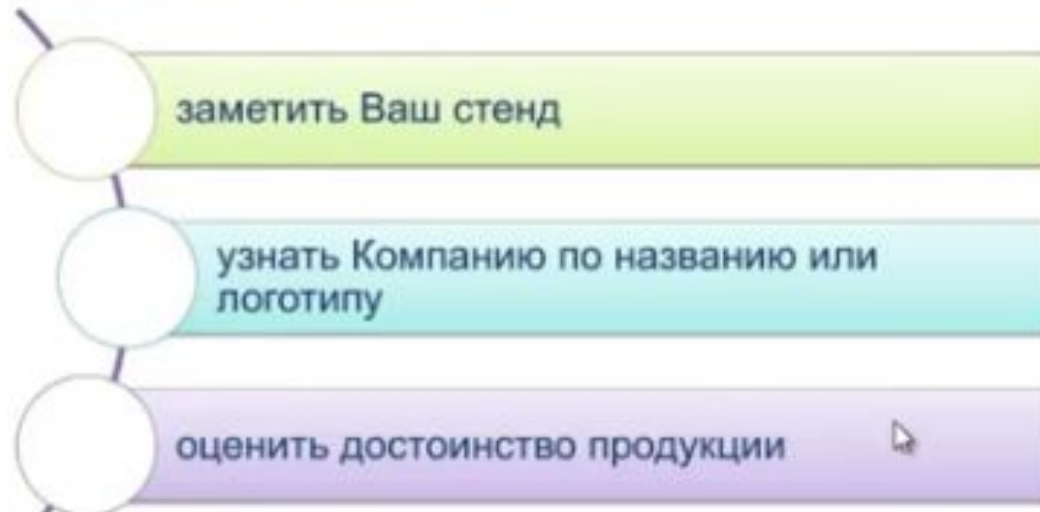
Закон равенства информации



Ведение эффективных переговоров в выставочных условиях

Правило «трех секунд».

У посетителя только 3 секунды, чтобы



Типы посетителей и методы работы с ними

- Зеваки
- Любопытные
- Любители макулатуры
- "Круглые глаза"
- Игроки
- Крохоборы
- Индифферентные зрители
- Ястребы
- Искатели работы
- Тихие и незаметные
- Конкуренты



Типы посетителей и методы работы с ними

Поведенческие типы личностей:

- **Доминирующие.** Полны сил, настойчивы, динамичны, напористы и очень любят управлять
- **Непосредственные.** Открыты, эмоциональны, активны, импульсивны, довольно легко поддаются убеждениям.
- **Зависимые.** Общительны, доброжелательны и приветливы. Как правило, постоянно ждут поддержки и одобрения.
- **Скептики.** Осторожны, настойчивы, организованны, пунктуальны и очень внимательны к деталям



Что мы говорим

«Я могу Вам чем-нибудь помочь?» «Что Вас интересует?» «Что Вам показать?»	«Вы заботитесь о здоровье своих близких?» «Безопасная французская косметика для всей семьи»
«Мы представляем...»	*Вы сможете получить« «Для Вас»
«Вы меня неправильно поняли»	«Я постараюсь выразиться яснее»
«Это ошибочное мнение. Могу доказать Вам обратное...» «Но это устаревшие сведения, все уже давно не так...»	«Во многом Вы правы. Давайте сообща рассмотрим другие аспекты...»
Предложения в сослагательном наклонении «Я могла бы предложить...», «Может быть Вы...»	Предложения должны формулироваться в реальной и побудительной форме «Я могу предложить Вам...», «Давайте

Что мы говорим

«Вы никогда не пожалеете о своем решении»	«Вы всегда будете довольны, что решили...»
«Нельзя» «Нет» «Не желаете ли» «Не хотите ли...» «Не могли бы Вы...и т.п.»	«У нас принято» «Могу порекомендовать» «Для Вас....» «Позвольте Вам предложить»
«Вы должны...» «Вам нельзя...»	«Для вас полезно...» «Вы можете воспользоваться ...»
«Я постараюсь...»	«Для Вас Я сделаю...» «Можно сделать так...»
«Я не знаю...»	«Хороший вопрос, я выясню это для Вас...»
«У нас вся косметика хорошая...» «Я не пробовала...» «У нас такого нет...»	Выяснить предпочтения данного конкретного человека



Инструменты продаж



НЕ ВОИН,
МЫ ДЕЛАЕМ



OneLife

Independent Marketing Associate







MOSCOW
RUSSIA

STERY

STAFFAN
LIBACK

Carsten
back

15-18 ОКТЯБРЯ 2017 ПАРК ОТЕЛЬ АРЕАЛ

НАДЕЖДА - НЕ СТРАТЕГИЯ! ХОЧУДЕЛАЮ

ACADEMY
BUSINESS SCHOOL

СТРАТЕГИЯ

Успешны
Дата выд
05.07

Учет посетителей стенда



- Журнал учета посетителей
- Анкеты

Секрет успеха!

Для подсчета всех гостей, посетивших стенд, воспользуйтесь очень простой, наглядной и эффективной методикой учета.

Посетители	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Значок (символ)	•	• •	• • •	• • • •	• • • •	• • • •	• • • •	• • • •	• • • •	• • • •



Способы привлечения внимания к Компании

До выставки

Рассылка персональных приглашений

Раздача каталогов с приглашением на выставку

Реклама

?



Способы привлечения внимания к Компании

На выставке, при входе

- Раздавать приглашения с указанием не только места стенда, но и его внешнего вида.
- Предлагать протестировать продукцию всем желающим.
- Раздавать что-то, что можно будет обменять на стенде на каталог или пробник



Способы привлечения внимания к Компании

На стенде

- Презентация продукции
- Шоу, мастер-класс
- Демонстрация "чуда"
- Лотерея
- Фотографировать клиентов на фоне логотипа, продукции
- Празднование дня рождения Компании, на выставке
- ?