چک‌لیست طلایی حضور موفق در نمایشگاه

تهیه شده توسط شرکت ایده‌پردازان سکو

مقدمه

حضور در نمایشگاه‌های تخصصی یکی از مؤثرترین روش‌های بازاریابی B2B در ایران است .اما بسیاری از شرکت‌ها بدون برنامه ریزی و آمادگی لازم وارد فضای نمایشگاهی می‌شوند و نتیجه‌ای که انتظار دارند را نمی‌گیرند.

این فایل، یک چک‌لیست حرفه‌ای و گام‌به‌گام برای شرکت‌هایی است که می‌خواهند از نمایشگاه، حداکثر بهره را ببرند.

بخش اول: هماهنگی های قبل از نمایشگاه

۱ .انتخاب عنوان نمایشگاهی مناسب

- بررسی تقویم نمایشگاه‌ها
- ارزیابی مخاطبان هدف نمایشگاه
- بررسی سطح تخصصی بودن و سابقه برگزاری

۲ .خرید و رزرو فضای غرفه

- تماس با برگزارکننده وثبت نام
- انتخاب موقعیت غرفه (توجه به گوشه، نبش، مسیر عبور و نزدیکی به رقبا)
- تکمیل قرارداد و پرداخت اولیه

۳ .انتخاب نوع غرفه

- غرفه پیش‌ساخته (ارزان‌تر، محدودتر)
- غرفه خودساز (زیباتر، خاص‌تر، انعطاف‌پذیرتر)



۴ .هماهنگی با غرفه‌ساز برای طراحی و مجوز ساخت غرفه

- انتخاب شرکت غرفه‌سازی معتبر
- ارائه اطلاعات جهت طراحی غرفه (لوگو، رنگ سازمانی، نوع غرفه)
- تأیید طراحی پلان نهایی
- بارگزاری مدارک در سامانه برای اخذ مجوز (توسط غرفه‌ساز)

۵ .ساخت و تجهیز غرفه نمایشگاهی

- تولید و اجرای غرفه توسط تیم غرفه‌ساز
- انتخاب کف‌سازی، سازه، مبلمان، چاپ گرافیک و تجهیزات
- نظارت مشارکت‌کننده بر زمان‌بندی و کیفیت اجرا

۶ .آماده‌سازی اقلام تبلیغاتی

- چاپ کاتالوگ، بروشور، کارت ویزیت
- تهیه ویدیو یا فایل‌های معرفی دیجیتال
- طراحی یونیفرم هماهنگ برای پرسنل غرفه

۷ .آموزش تیم فروش

- سناریوهای گفت‌وگو با بازدیدکننده
- تعریف پاسخ‌های آماده به سؤالات پرتکرار
- تعیین مسئول پاسخ‌گویی، نوبت‌برداری، پذیرایی و مدیریت

۸ .تبلیغات پیش از نمایشگاه

- معرفی غرفه در سایت و شبکه‌های اجتماعی
- ارسال ایمیل یا پیامک و کارت دعوت‌نامه
- تهیه هدیه تبلیغاتی یا هماهنگی مسابقه جذاب برای غرفه



بخش دوم : برنامه ریزی در طول نمایشگاه

۹ .چک‌لیست اقلام همراه

- کارت ویزیت
- کاتالوگ
- دفترچه برای یادداشت و خودکار
- فرم دریافت اطلاعات مشتریان بالقوه (Lead Form)
- پاوربانک، کابل، وسایل فنی

۱۰ .حضور حرفه‌ای در غرفه

- لبخند، رفتار حرفه‌ای، پوشش منظم
- دعوت مؤدبانه به بازدید از غرفه
- توضیح شفاف و کوتاه درباره خدمات

۱۱ .ثبت اطلاعات بازدیدکنندگان

- یادداشت شماره تماس، نیازها، علایق
- استفاده از فرم کاغذی یا گوگل فرم

۱۲ .مستندسازی غرفه

- عکاسی و فیلم‌برداری
- اشتراک‌گذاری آنلاین هم زمان
- گرفتن نظر مشتری‌ها برای بازاریابی بعدی



بخش سوم : بعد از نمایشگاه

۱۳ .پیگیری مشتری های بالقوه

- تماس تلفنی یا واتساپ با مخاطبین
- ارسال فایل معرفی، پیش‌فاکتور یا لینک سایت

۱۴ .بررسی عملکرد غرفه

- چه تعداد مشتریان بالقوه داشتید؟
- چند قرارداد احتمالی ثبت شد؟
- نقاط ضعف و قوت چه بود؟

۱۵ .آمادگی برای رویداد بعدی

- لیست اصلاحات برای غرفه بعدی
- ذخیره اطلاعات مشتریان درCRM
- دنبال کردن مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی



سخن پایانی

نمایشگاه تنها یک رویداد چند روزه نیست، بلکه فرصتی برای ارتباط مستقیم، دیده‌شدن، افزایش اعتبار برند و جذب مشتریان هدفمند است .اگر با برنامه و ابزارهای حرفه‌ای وارد شوید، حتی یک غرفه کوچک می‌تواند نتایج بزرگی رقم بزند.

تماس با ما

شرکت ایده‌پردازان سکو با سابقه درخشان در طراحی، ساخت و اجرای غرفه‌های نمایشگاهی در سراسر ایران ، همراه مطمئن شما در این مسیر است.

۰۲۱-۲۲۵۳۲۷۴۱

۰۹۳۶۰۰۰۰۴۳۴

وب سایت

گالری نمونه‌کارها

