

IETEIKUMI VEIKSMĪGAI DALĪBAI IZSTĀDĒ

Ja izvēlēsieties pareizu pieeju, jūs satiksiet potenciālos klientus un vienosieties par darījumiem. Kā garantēt optimālu atdevi? Rūpīgi sagatavojieties izstādei!

Izlemiet, **ko vēlaties iegūt no savas dalības** — kāds ir jūsu mērķis un kā jūs to panāksiet? Izstādē jums būs iespēja īsā laika periodā uzrunāt daudz potenciālo klientu un slēgt darījumus. Izmantojiet šo iespēju! Nosakiet konkrētus izstādes mērķus kopā ar kolēģiem (jūsu izstādes komandu). Izvirzot mērķus pirms izstādes, jums būs iespēja izmērīt un analizēt rezultātus jau pēc izstādes. Tādā veidā jums būs atskaites punkts jūsu nākamajai dalībai izstādē.

Nosakiet savu **klientu mērķa grupas**. Kas ir tie klienti, kurus vēlaties satikt savā stendā? Kā aicināsiet šīs mērķa grupas apmeklēt jūsu stendu? Izpētiet iespējas uzaicināt konkrētās mērķa grupas. To var izdarīt dažādos veidos, piemēram, izmantojot e-pastu vai sazinoties pa tālruni. Padomājiet arī par meklētājprogrammu mārketingu un sociālo mediju mārketingu, piemēram, Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram u.c. izmantošanu. Jūs varat vērst uzmanību uz jūsu dalību izstādē un aicināt apmeklētājus apmeklēt jūsu stendu jau pirms izstādes.

Nosakiet izmērāmus mērķus. Mērķi motivē un stimulē jūsu darbiniekus. Mērķu noteikšana dalībai izstādē palīdzēs jums sasniegt potenciālos darījumus un vēlamos rezultātus. Un pēc izstādes varēsiet noteikt, vai dalība ir izdevusies un ko savā stratēģijā mainīt nākamajā reizē.

Izstrādājiet stratēģiju plānoto mērķu sasniegšanai. Ja noformulējāt mērķus, tad ir svarīgi redzēt, kā jūs tos realizēsiet. Cik lielam jābūt stendam? Ko tieši jūs gatavojaties prezentēt? Kas būs tie darbinieki, kas izstādes laikā atradīsies stendā? **Izvēlieties ideālo stenda izmēru un atrašanās vietu (vai tas būs āra teritorijā vai hallē).** Vai lielāks vienmēr ir labāks? Noteikti nē. Kad runa ir par stenda lieluma izvēli, lai sasniegtu jūsu mērķus un uzdevumus, jums būtu jāņem vērā jūsu potenciālo mērķa klientu skaits, kurus plānojat vienlaicīgi uzrunāt izstādes laikā, kā arī jūsu komandas darbinieku skaits, kas vienlaicīgi atradīsies stendā. Kā arī, svarīgs faktors, lai izvēlētos stenda izmēru – jums būtu jāņem vērā plānotā ekspozīcija, kuru izvietosiet savā stendā.

Nodrošiniet darbinieku, kuri izstādes laikā atradīsies jūsu stendā, sagatavošanu. Jums var būt pārdomāts stends, bet **darbinieki, kas atrodas stendā, ir jūsu panākumu atslēga.** Pirmais iespaids ir ļoti svarīgs. Stenda personāla izvēle un sagatavošana neapšaubāmi ir viens no svarīgākajiem punktiem - kopā ar stendu jūsu darbinieki ir jūsu organizācijas vizītkarte jūsu dalības laikā. **Jo aktīvāk un mērķtiecīgāk jūsu darbinieki uzrunās izstādes apmeklētājus, jo lielāka būs jūsu atdeve no dalības izstādē!**

Padomājiet par aktivitātēm stendā. Izveidojiet savā stendā kaut ko interesantu! Piemēram, novietojiet savā stendā kaut ko tādu, kas piesaistīs cilvēkus. Skaņa, kustība, prezentācija vai demonstrācija viegli piesaista garāmgājēju uzmanību. Pārlicinieties, ka izceļaties starp citiem dalībniekiem. Lai apmeklētāji atceras jūsu stendu arī pēc izstādes!

**Gatavojieties dalībai izstādē rūpīgi
un iegūstiet vairāk!**

Uz tikšanos izstādēs Biznesa centrā RĀMAVA!