

10:00-11:30 | Первая часть

- Выставки в новой реальности. Специфика выставочных мероприятий 2020 и 2021 годов
- 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 экспозффективности»: 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

11:30-12:00 | 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, цветное, 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 использовать рекламные возможности выставки, чтобы повысить посещаемость стенда

13:30-14:00 | Перерыв

14:00-15:30 | 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 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

15:30-16:00 | Кофе-брейк

16:00-17:30 | 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