

ЧЕК-ЛИСТ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЛЮБОМУ МЕРОПРИЯТИЮ

- Определите для себя измеримую цель (лиды/ контакты в базу/ старые клиенты/ публикации)
- Соберите отзывы о событии у своих клиентов и партнеров, подпишитесь на новости, обменяйтесь идеями с другими участниками из России
- Изучите деловую программу и отметьте для себя деловые мероприятия, куда вы пойдете
- Назначьте большую часть встреч заранее
- Подумайте, как вы можете выделиться (форма одежды/ стенд/ сувенирка)
- Скажите вашим клиентам, что вы будете на выставке через социальные сети
- Кто из ваших знакомых будет на выставке? Договоритесь с ними о встречах заранее
- Выберите правильных людей, которые будут продавать на мероприятии и которым нравится это делать ☺
- Подготовьте короткий интро питч на 30 секунд на английском языке
- Подготовьте маркетинговые материалы (сайт/ презентацию/ буклет/ КП/ анкету для клиента/ фоллоу-ап письмо)
- Сувенирка с брендингом вашей компании
- Знакомство с другими экспонентами со схожей ЦА/ анализ конкурентов

ВАЖНЫЕ ВОПРОСЫ ПРО ЦЕЛЬ ВЫСТАВКИ/ МЕРОПРИЯТИЯ

- Сколько контактов вы хотите получить?
- Какие контакты вы хотите получить?
- Есть ли четкое понимание, как и кто должен собирать и обрабатывать контакты?
- Какую информацию вы хотите получить?
- Как, кто, когда и с кем встретиться?
- Как и кто подведет итоги выставки?
- Являются ли новые контракты целью мероприятия?
- Являются ли публикации в СМИ целью мероприятия?
- Что мерить и как рассчитать окупаемость события/ выставки?
- Как понять — успешно ли прошла выставка?

КАК ПРИВЛЕЧЬ КЛИЕНТОВ НА ВАШ СТЕНД ИЛИ НА ВСТРЕЧУ НА ВЫСТАВКЕ?

- Рассылка приглашений на выставку по новым и существующим лидам ЗАРАНЕЕ (E-mail, LinkedIn)
- Таргетированная интернет-реклама (должности, отрасли, интересы)
- Реклама на ресурсах выставки/ мероприятия
- Партнерская реклама
- Используйте систему назначения встреч на выставках
- Опубликуйте новость об участии в мероприятии в соцсетях и на сайте
- Приглашайте на выставку во время звонков с текущими клиентами, не забудьте уточнить все детали
- Измените вашу подпись в электронных письмах — внесите информацию о том, что вы будете на выставке

ЧЕК-ЛИСТ ПО ИТОГАМ МЕРОПРИЯТИЯ

- Сравнить результат с поставленной целью в цифрах: проанализировать статистические данные установленных на выставке контактов (количество, качество, регионы, в которых работает потенциальный клиент, размер его компании, количество горячих/теплых/холодных контактов в каждой категории)
- Оценить стоимость затрат/ объем новых контрактов
- Написать/ обзвонить всех потенциальных клиентов и партнеров в течение недели, добавить их в CRM
- Написать обратную связь организаторам – что можно улучшить
- Распространить новость о вашем участии в проекте в СМИ и соцмедиа
- Если ваша компания планирует принимать участие в будущем году – составить чек-лист на следующий год/ какие еще события добавить?
- Проанализировать информацию, полученную от посетителей (замечания, критика, пожелания, предложения, мнения и т. д.)
- Оценить качественный и количественный состав посетителей и участников выставки в целом
- Оценить эффективность работы персонала (включая оценку работы каждого сотрудника)
- Оценить функциональность стенда (месторасположение, размеры, конфигурация, оформление, оснащение и т. д.)
- Оценить эффективности средств маркетинговых коммуникаций для привлечения посетителей и каналов по назначению встреч
- Проанализировать информацию о конкурентах на выставке/ мероприятии