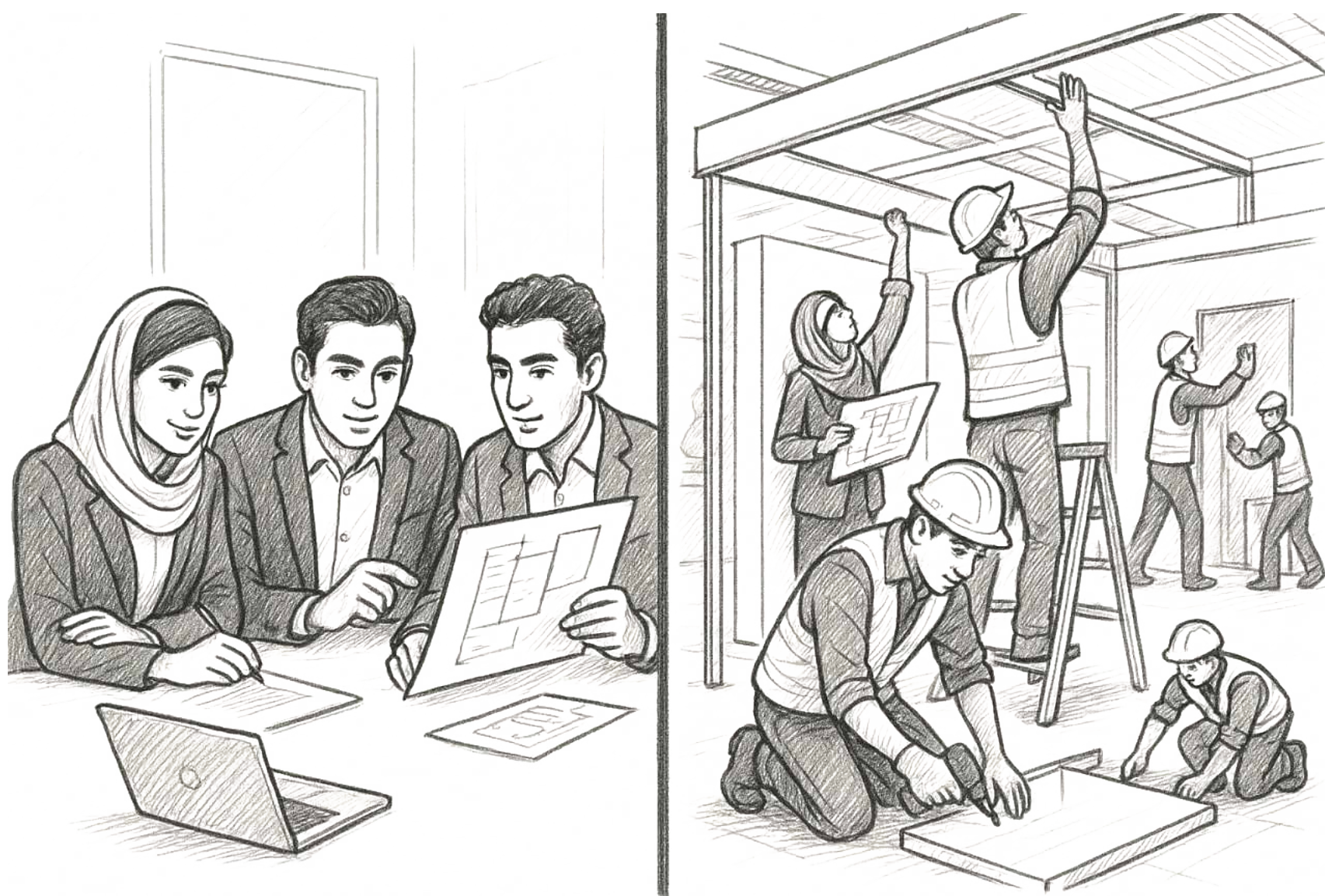


راهنمای حضور موفق در نمایشگاه‌های بین‌المللی

قسمت اول: اقدامات کلیدی قبل از نمایشگاه



گام اول موفقیت در نمایشگاه: استراتژی شفاف

• اهدافتون از حضور در نمایشگاه رو مشخص کنید

جذب مشتری‌های خارجی
افزایش آگاهی از برند
توسعه ارتباطات با شرکت‌های بازرگانی ایرانی
گسترش شبکه داخلی و پیدا کردن تامین کننده

• روی چه اشخاصی با چه پرسونایی تمرکز می‌کنید

بر اساس: کشور، صنعت، حجم و نوع درخواست، نقش سازمانی

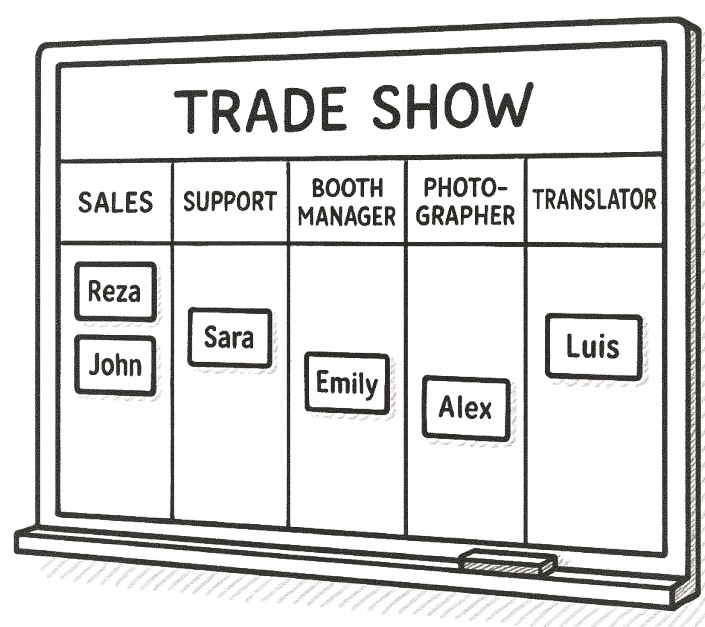
• لیدها رو اولویت‌بندی کنید

لیدهای Hot (سفارش فعال و آماده خرید)
لیدهای Warm (پتانسیل خرید در آینده)
لیدهای Cold (غیرمرتبط)



چیدمان تیم برنده: نقش‌ها، مهارت‌ها و پشتیبانی

- تقسیم وظایف دقیق داشته باشید.
- برای هر نفر، یک پشتیبان برای موارد اضطراری در نظر بگیرید.
- افرادی با مهارت ارتباطی خوب انتخاب کنید.
- تسلط به زبان‌های خارجی بازارهای هدف یک مزیت است.
- تمرکز تیم فروش رو بر مشتری‌های اصلی بذارید.
- تیم پشتیبانی متمرکز بر سایر بازدیدکننده‌ها باشند.



تیمتون رو مسلح کنید: دانش محصول، مهارت مذاکره و سناریوهای کلیدی

• اعضای تیمتون رو به دانش لازم مجهز کنید

آموزش درباره محصولات، خدمات، جزئیات تجاری و ارزشهای پیشنهادی شرکت آگاهی از فرهنگ و سبک مذاکره کشورهای هدف برای پیش بردن بهتر جلسات

• لیست سوالات متداول و نحوه تشخیص ایدهها رو آماده کنید

لیست سوالات متداول (FAQ) و پاسخهای استاندارد رو برای تیم پشتیبانی تهیه کنید. نحوه ارزیابی ایدهها رو با سوالات کلیدی آموزش بدید.

• برای آمادگی بیشتر، سناریوهای مختلف را تمرین کنید

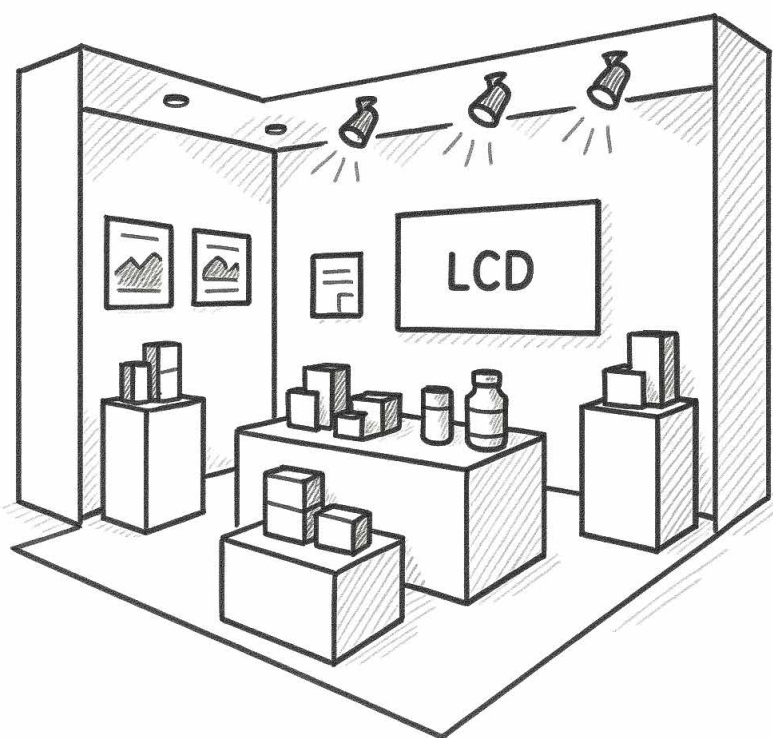
تمرینهای Role Playing برای آمادگی بیشتر تیم در موقعیتهای مختلف تدوین سناریوهای جذاب برای معرفی شرکت و محصولات و خدمات



طراحی غرفه: اولین برخورد مشتری با شما

• **گرفه‌تون قبل از تیمتون دیده میشه! طراحی باید تو نگاه اول بگه شما کی هستید و چیکار می‌کنید.**

در طراحی غرفه، خلاقیت مرتبط با کارتون داشته باشید و از متفاوت بودن استقبال کنید. برای جلب توجه بازدیدکننده‌ها، ویدیویی از محصولات، خط تولید و عملیات پخش کنید. برای ایجاد جاذبه‌های دانشی، از اینفوگرافیک‌ها در ابعاد بزرگ استفاده کنید.



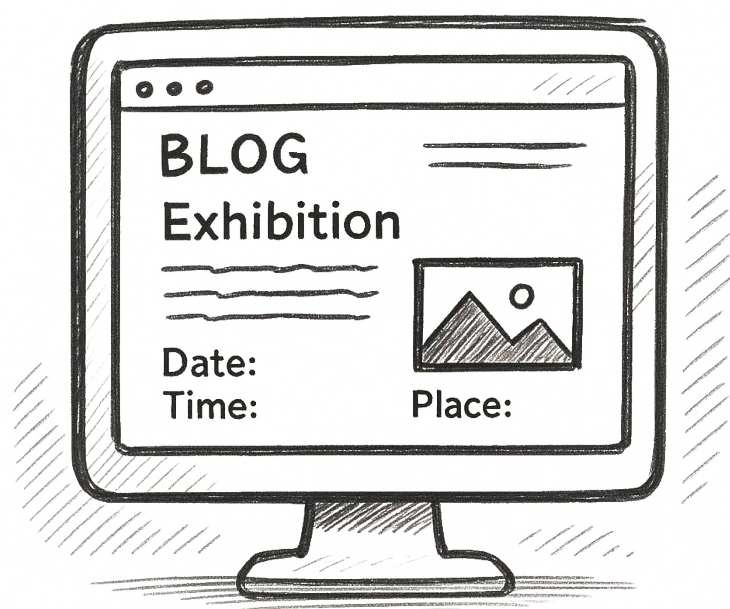
ارسال دعوتنامه‌های پیش از نمایشگاه

• دعوتنامه‌های شخصی‌سازی شده برای مشتری‌های بالقوه ارسال کنید

در دعوتنامه‌ها به محصولات و خدمات و فرصت‌های همکاری هم اشاره کنید. از CRM برای ارسال راحت‌تر و سریع‌تر دعوتنامه‌های شخصی‌سازی شده استفاده کنید. اگر قصد دعوت از مشتری‌ها رو ندارید، با اطلاع‌رسانی عمومی چند روز قبل از نمایشگاه، از اعتبار حضور در نمایشگاه استفاده کنید.



اطلاع‌رسانی و تولید محتوا حول محور نمایشگاه



• از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی تون غافل نشید

قبل از نمایشگاه: ارسال دعوتنامه عمومی
در طول نمایشگاه: لایو و استوری از غرفه و اعضای تیم
بعد از نمایشگاه: انتشار گزارش تصویری و تشکر از حضور مشتری‌ها

• با انتشار یک پست در وبسایت تون، از قبل از نمایشگاه بازدیدکننده بگیرید

انتشار پست از جزئیات نمایشگاه و اطلاعات غرفه برای گرفتن بازدید از سرچ‌های گوگل
استفاده از کلمات کلیدی مرتبط با نام نمایشگاه، صنعت و محصولات برای سئو بهتر
تکمیل پست با گزارش تصویری و متنی از حضور در نمایشگاه، بعد از اتمام آن

• از نمایشگاه یک کارخانه تولید محتوای موقت بسازید

برنامه ریزی برای تولید محتوای ویدیویی در طول نمایشگاه (معرفی شرکت، محصولات و تیم)
نوشتن و تمرین سناریوها قبل از نمایشگاه و هماهنگی برای ضبط در ساعات مناسب

ارائه اسناد و متریال‌های چاپی و دیجیتال ضروری

• اسناد، مدارک، عکس و ویدیوهای لازم رو آماده داشته باشید

دیتاشیت فنی (TDS)

گزارش‌های بازرسی و COA

بارنامه‌های قبلی (مخصوصا به بازار هدف)

عکس و ویدئو از محصولات و بسته‌بندی‌ها و بارگیری‌های قبلی

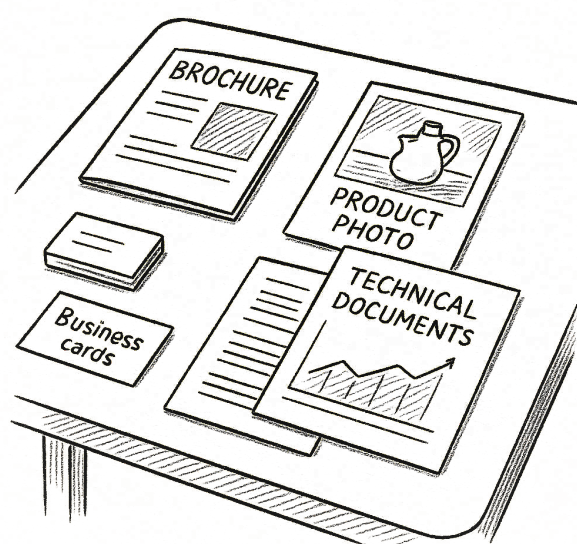
• متریال‌های بازاریابی رو به انگلیسی و به زبان کشورهای هدفتون آماده کنید

بروشور معرفی شرکت

کارت ویزیت شرکت برای لیدهای Cold

کاتالوگ محصولات و خدمات

کارت ویزیت تیم فروش با QR Code حاوی اطلاعات تماس



هدیه و نمونه محصول رو هوشمندانه انتخاب کنید

• با هدیه دادن ماگ و سررسید و خودکار پول خودتون رو دور نریزید!

انتخاب هدیه مرتبط با صنعت و کار خودتون و یا فرهنگ و هنر و تاریخ ایران دارای حجم، وزن و جنس مناسب برای حمل راحت به کشورهای دیگر چاپ لوگو در اندازه کوچک و در قسمتی که ظاهر هدیه را خراب نکند

• امکان دریافت نمونه محصولات رو برای مشتریان تون فراهم کنید

نمونه در اندازه مناسب برای تست
دارای بسته بندی خوب از نظر ظاهری و مناسب برای حمل
چاپ لوگوی شرکت روی محصول و یا بسته بندی
به همراه اطلاعات فنی محصول
ارائه نمونه فقط به مشتری های جدی





با آرزوی موفقیت در نمایشگاه‌های پیش‌رو

این بخش، اولین قسمت از مجموعه راهنمای ما برای نمایشگاه‌ها بود.
به زودی بخش‌های بعدی با موضوعات "حین نمایشگاه" و "پس از نمایشگاه" منتشر می‌شوند.



nexport.agency



+98 996 575 7232



info@nexport.agency