

## УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ НА ИЗЛОЖБИ

от Боб Делмаер

### Стъпка 9: Продажба на щанда

Някои от членовете на екипа може да не знаят как да продават на изложението, а други може би са за първи път на подобно събитие. Важно е да помогнете на тези хора да постигнат успех, като им обясните изчерпателно какво представлява изложбата, посетителите, както и да им кажете подходящи техники за продажби.

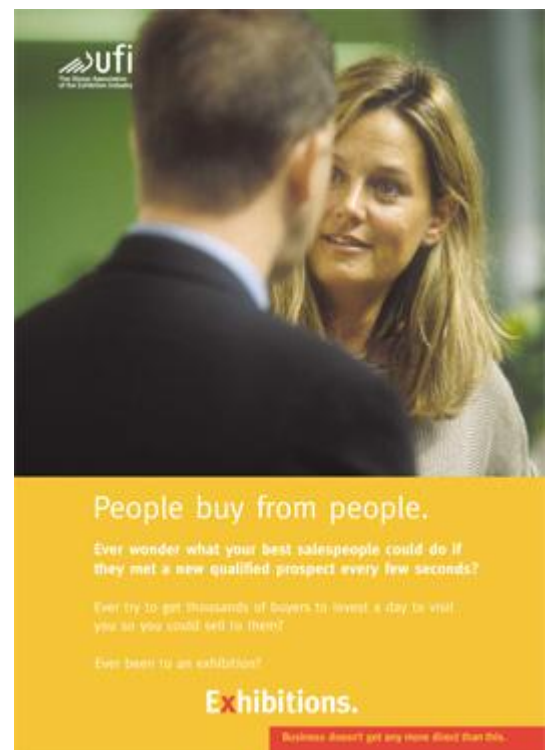
Скорошно проучване сред висши мениджъри показва, че 46% процента от тях са закупили продукти по време на изложение. А други 26% са подписали договор за покупка на последното посетено. Поради тази причина е важно вашия екип да бъде в състояние да осъществява продажби на самия щанд, а не само да печели потенциални клиенти.

### Основи на продажбата

За да помогнете на екипа си да се справи, прегледайте с тях трите основни стъпки за продажба по време на изложби:

1. Продавайте себе си
2. Продавайте компанията си
3. Продавайте вашия продукт или услуга

Част от вашия екип, среща голям проблем с „продавайте себе си“ и ето къде наученото, за това как се посрещат непознати, им помага. Направете индивидуална оценка на всеки от екипа и на неговите езикови умения, бъдете готови да поразботите малко повече с онези, които се чувстват некомфортно при среща с нови хора. Някои компании използват т.нар. система „приятели“, правейки отбор от по-стеснителен и срамежлив човек и по-комуникативен, с цел втория да играе ролята на учител. Други, правят екип от търговци и технически лица, за да създадат печеливша комбинация. И всички успели фирми-изложители провеждат всекидневни срещи със служителите си, за изграждане на екипен дух.



Фазата „продаване на компанията“ е в действие дълго време преди началото на панаира. Изложенията са част от маркетинг микса на вашата компания, така че целия брандинг на вашия уебсайт, предварителната реклама, директната поща, съобщенията за пресата и други промоции правят компанията ви познаваема, което води до доверие у клиента и до разпознаване на вашия щанд. Въпреки това, всички ваши търговски и маркетингови послания трябва да бъдат последователни и изцяло адаптирани. Във времена на конкуретен пазар, лесното разпознаване на посланията Ви работи в полза на вашата компания.

Последната стъпка, „продажба на продукта/услугата“ е често най-лесната, тъй като повечето членове на екипа имат известни познания за продуктите на фирмата. Въпреки това, да се премине от етап „предоставяне на информация за продукта“ и какво представлява до етап „сключване на сделка“ на щанда, може да се окаже трудно за постигане, тъй като директната продажба е много по-различна от осъществяването на такава по телефона, защото имате само няколко минути, в които да привлечете клиента си, да му представите продукта, да проведете разговор по същество, да получите информация за клиента и покупателната му способност, и да приключите разговора. Да повторим: колкото по-уверен е вашия екип в основните маркетингови техники, толкова по-голям успех ще постигнете на изложението.