



Ирина Борисова

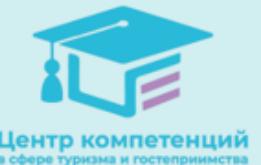
Эксперт в области розничных технологий и
Нейромаркетинга. Практикующий бизнес-тренер и спикер
Отраслевых площадок и Международных выставок.

20 НОЯБРЯ – 10 ДЕКАБРЯ 2023 ГОДА

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

НОВАТОРСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ОРГАНИЗАТОРЫ:



Центр компетенций
в сфере туризма и гостеприимства





О чем будем говорить и с чем работать.



NeuroExpo: Мощные инструменты нейромаркетинга для туристических фирм на выставках и конгрессах

Урок 1:

Введение в нейромаркетинг и его применение в туристической индустрии

Урок 2:

Понимание потребностей и предпочтений целевой аудитории

Урок 3:

Создание эмоционально привлекательных выставочных стендов

Урок 4:

Оптимизация коммуникации и презентаций на выставках и конгрессах



О чем будем говорить и с чем работать.



Урок 3:

Создание эмоционально привлекательных выставочных стендов

- Влияние эмоций на принятие решений и запоминание информации
- Принципы эмоционального дизайна выставочных стендов
- Техники использования цвета, освещения и архитектурных элементов для привлечения внимания, и создания положительных эмоций



КОНФИГУРАЦИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ



Открытое пространство

Максимально взаимодействует со средой павильона. Применяется в случаях, когда необходимо привлечение зрительского потока с минимальным порогом доступа. В открытых пространствах наилучшим образом выглядят крупные экспонаты - автомобили или группы предметных инсталляций





КОНФИГУРАЦИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ



Openspace требует безукоризненной организации работы персонала стендов (негде спрятаться), который становится органичной частью экспозиции.

В таких случаях не только тщательно продумывается корпоративный стиль одежды, но и режиссируется поведение стендистов.





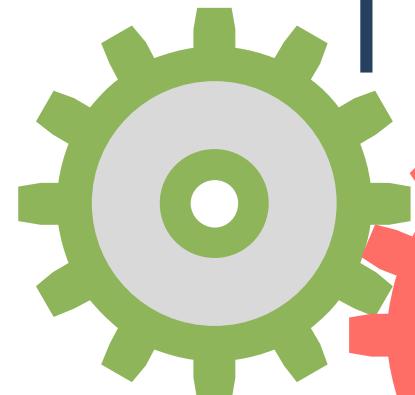
КОНФИГУРАЦИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ



Первый элемент

это **набор из столов и подиумов**.

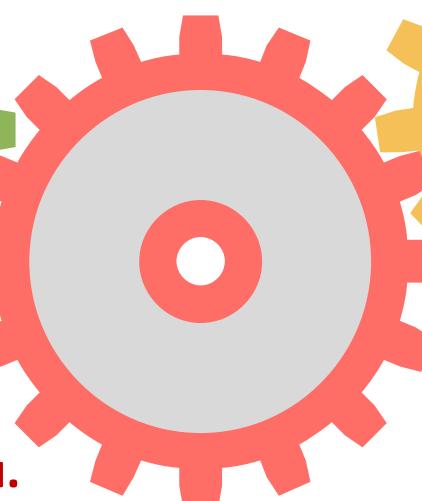
Всего, на чем будут размещаться
крупногабаритные экспонаты;



Второй элемент

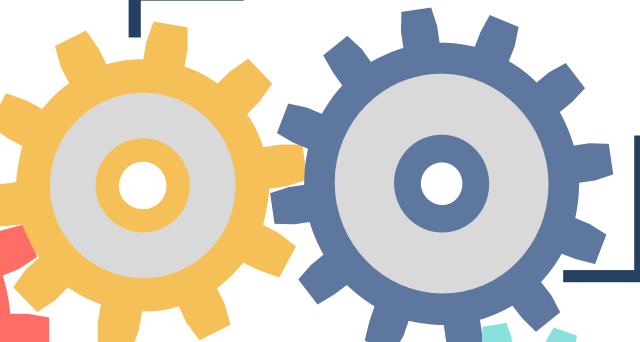
витрины и полки.

Их присутствие необходимо, чтобы
разместить более мелкие выставочные
предметы;



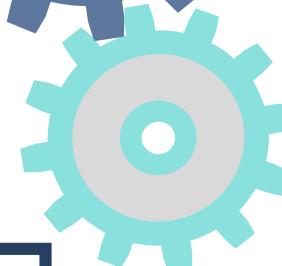
Третий элемент

мобильные выставочные стенды, которые
несут важную миссию: на них должна присутствовать
информация, в том числе – имиджевого характера.



Четвертый элемент

**визитницы, буклетницы и
специальные стойки**,
где будут разложены рекламно-
информационные материалы



Пятый элемент

территория, на которой непосредственно будут
работать сотрудники компании. Она должна быть в
меру просторной и включать в себя дополнительные
информационные стойки и указатели.



КОНФИГУРАЦИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ



Линейный



Линейный – открыта одна сторона. Пожалуй, самая неудобная конфигурация. Стенд располагается между двумя соседними. Но при умелом подходе все недостатки данной конфигурации могут стать преимуществами.





КОНФИГУРАЦИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ



Угловая конфигурация



Самая распространенная конфигурация, открыты две стороны. Остальные две граничат с примыкающим стеном. Здесь лучше подстраховаться и высоту стен заказать максимально разрешенную, чтобы стены соседей не оказались выше. Известны случаи, когда прекрасно представленный на картинке дизайн-проект после реализации выглядел неудачно из-за открывавшегося вида стена прилегающего стенда.





КОНФИГУРАЦИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ



Полуостров.

Полуостров – открыты три стороны.
Идеальная форма для создания любых дизайнерских проектов, концепций, возможны разнообразные планировки. Площади с такой конфигурацией считаются флагманскими, располагаются в самом начале павильона, часто у входа. Занимают такие площади, как правило, ведущие компании.



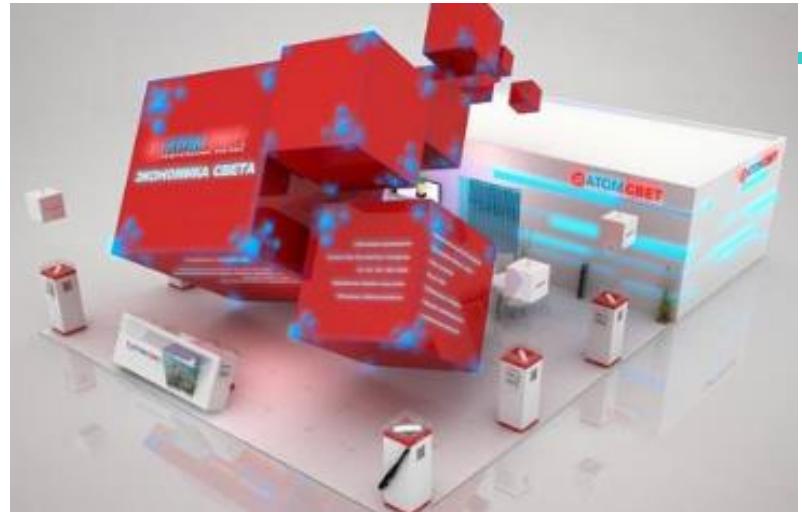


КОНФИГУРАЦИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ



Остров

Остров – открытый со всех сторон, максимальный обзор. Такая конфигурация подходит для создания так называемых «арт-объектов». Для создания креативных выставочных проектов нет никаких ограничений!





ЗАКОНЫ ПОСТРОЕНИЯ ГРАМОТНОГО СТЕНДА



01

Расположение экспонатов.

Их должен видеть основной поток посетителей. Обязательно должен быть «визуальный фокус»

02

Обзор стендда

Сотрудники на стенде не должны закрывать обзор посетителям на экспонаты стенда

03

Ключевые экспонаты

Все ключевые экспонаты должны располагаться на самом видном месте, лучшем с точки зрения обзора.

04

Новинки компании на стенде

Новинки и «хиты» компании должны быть выделены в отдельную категорию.

05

Освещение экспонатов

Хорошая подсветка – это шанс привлечь дополнительное внимание к экспонатам. Должен преобладать здравый смысл. Посетители пришли не на дискотеку, где слишком много света и огней. Также, неуместно создавать дополнительное освещение, когда основное сияет, как солнце.



ЗАКОНЫ ПОСТРОЕНИЯ ГРАМОТНОГО СТЕНДА



Расположение потоков

06

Нужно продумывать расположение ключевых экспонатов, чтобы не создавать вокруг них лишнего скопления людей и не мешать работе сотрудников

Обзор потока гостей стенда

07

Стоит подумать о том, чтобы поток заинтересованных посетителей не превращался в толпу, которая, пусть даже на время, создаст ненужную «пробку» возле стенда

Расположение надписей

08

Они должны быть над экспонатами или рядом с ними. Информация должна быть четкой, отражающей основное преимущество товара. Все надписи должны быть видны со среднего расстояния, чтобы заинтересованным лицам не пришлось изучать их под лупой

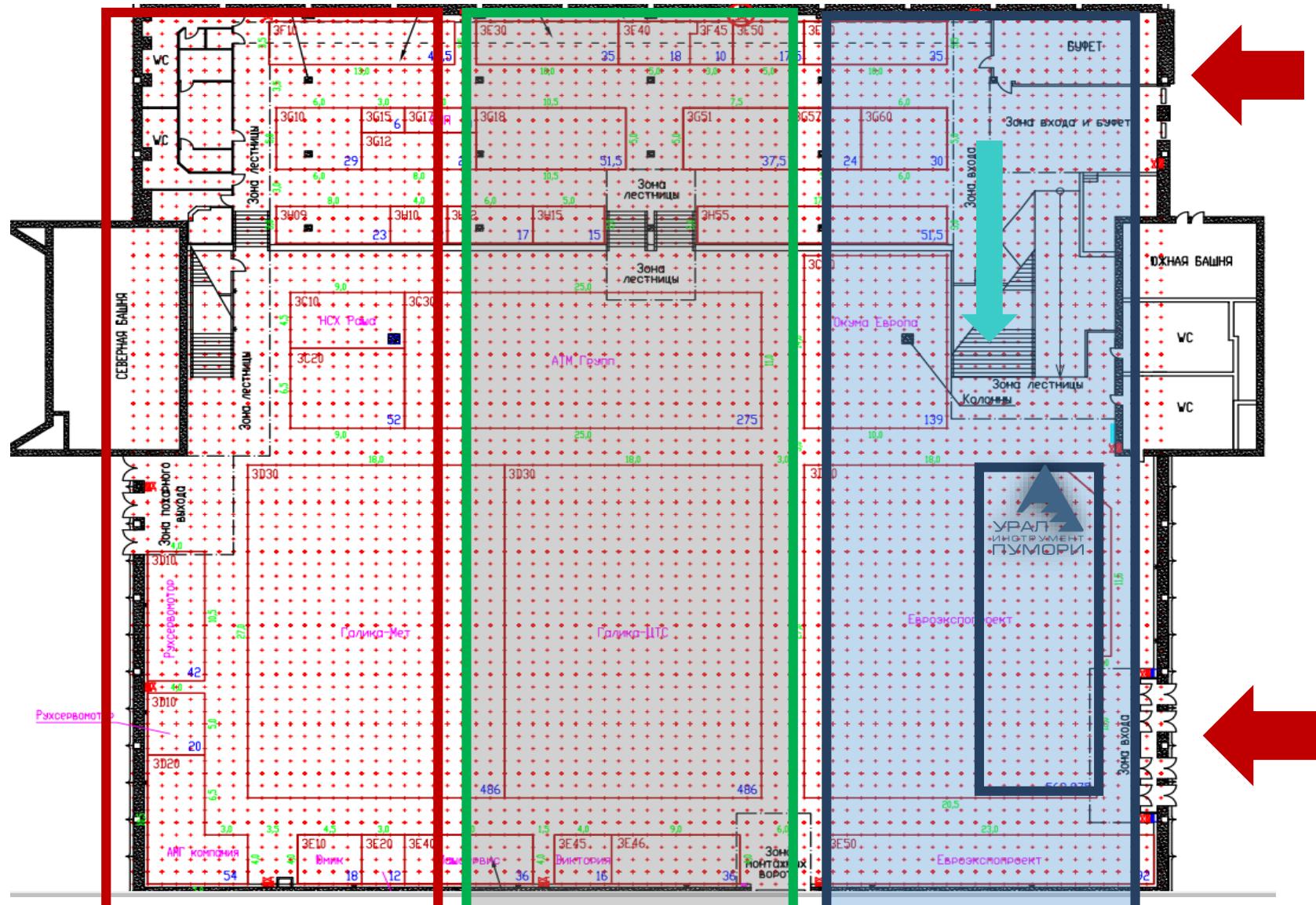
Нагромождение экспозиций на стенде

09

Не должно быть нагромождение товаров, пусть даже качественных и инновационных.

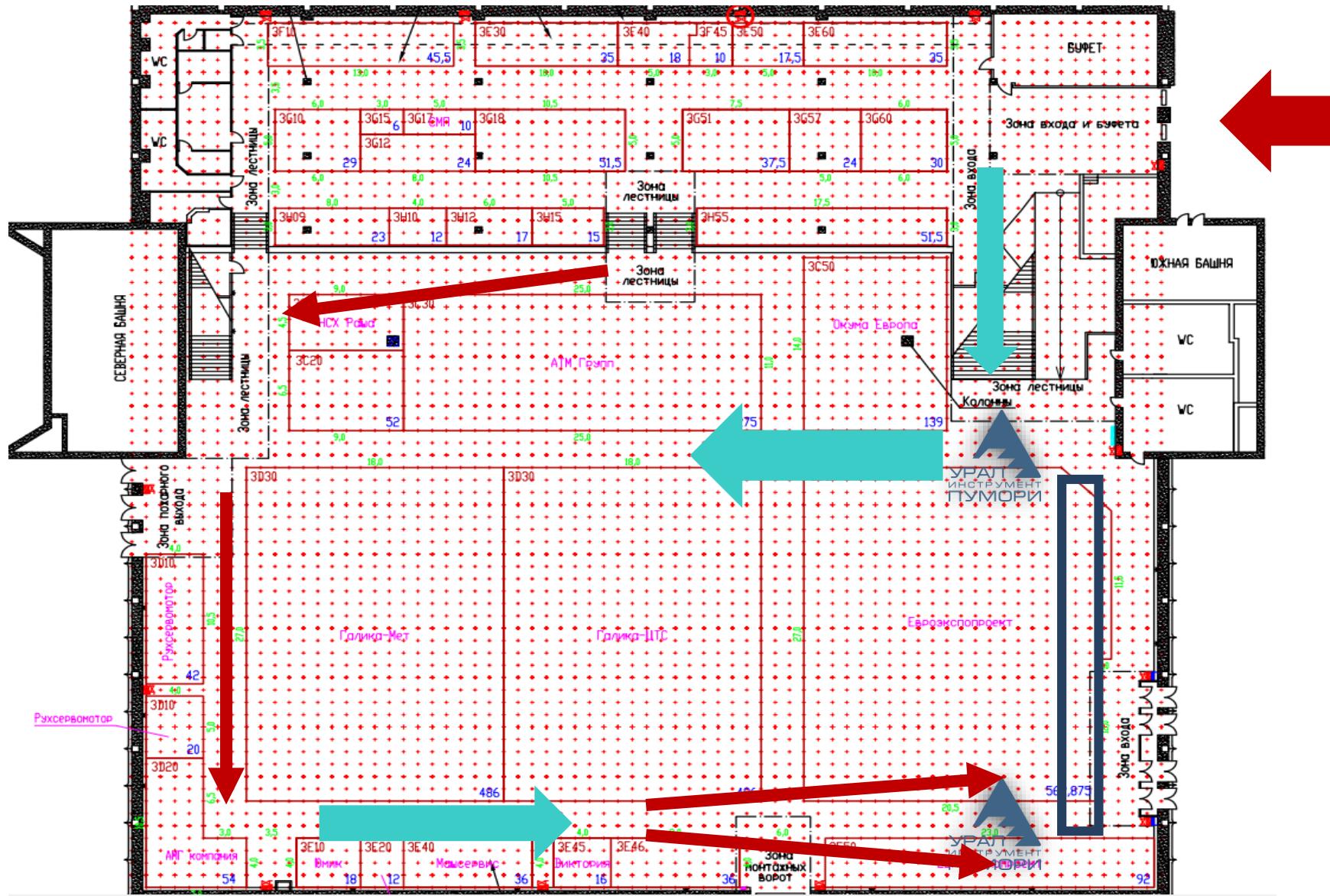


АНАЛИЗ ОКРУЖЕНИЯ СТЕНДА



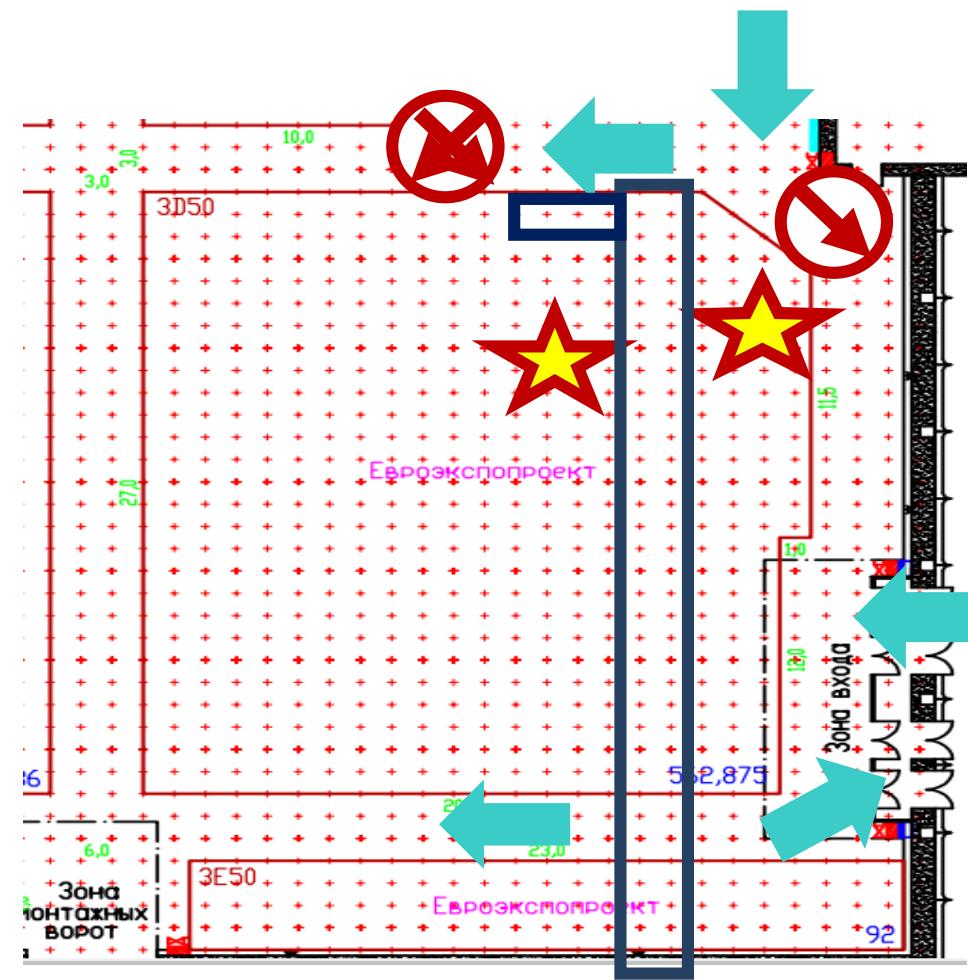


АНАЛИЗ ОКРУЖЕНИЯ СТЕНДА





АНАЛИЗ ОКРУЖЕНИЯ СТЕНДА





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА

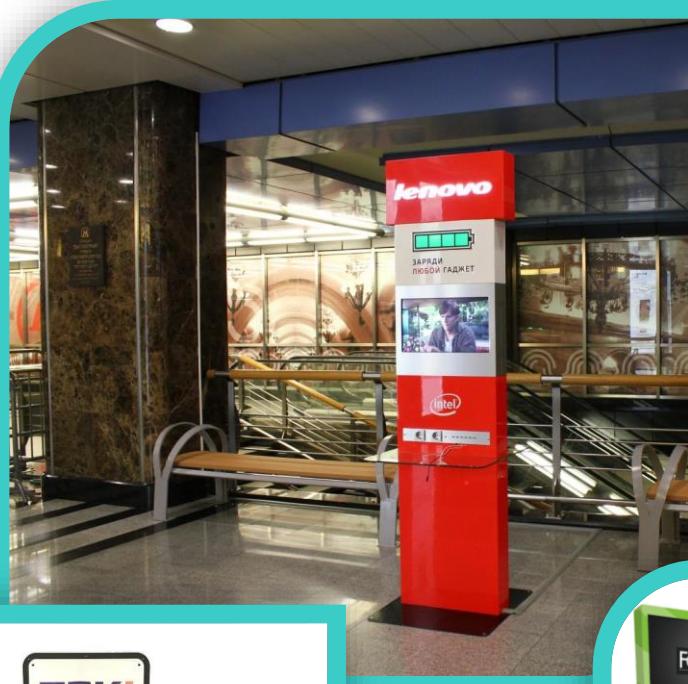


ФОКУС на букете или на кустах, мгновенно привлекают внимание и располагают к доверию.

Женскую аудиторию привлекают **букеты**.



ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА



В эпоху технологий возможность бесплатно зарядить телефон на вашем стенде — еще один мощный инструмент привлечения посетителей.

Гаджеты быстро разряжаются, а подзарядка занимает время, которое посетители могут провести на вашем стенде. Установите станцию со шнурами для разных устройств, забрендируйте ее, а пока гости заряжают гаджеты, смело рассказывайте им о своей компании.

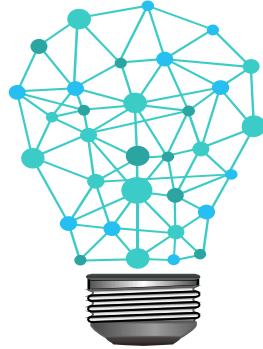


ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА



КАЧЕСТВЕННЫЙ СВЕТ - ЭТО

- Высокий индекс цветопередачи
- Правильный спектр
- Низкий коэффициент пульсации
- Низкий коэффициент слепимости





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА



Индекс цветопередачи



Солнечный свет



100 Ra



Светодиод



80-90 Ra



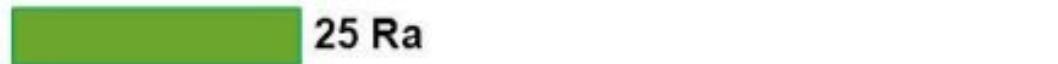
Компактная люминесцентная лампа



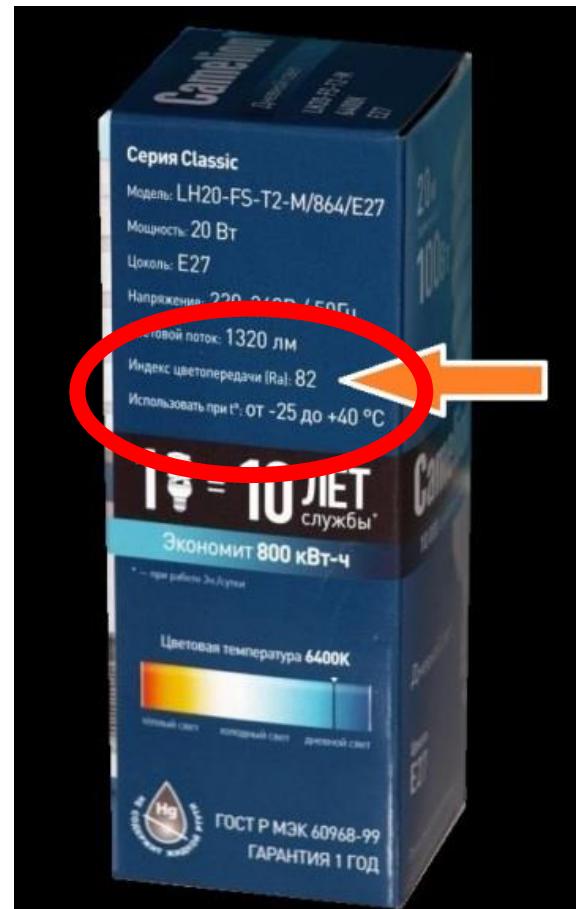
60-90 Ra



Лампа ДНаТ



25 Ra



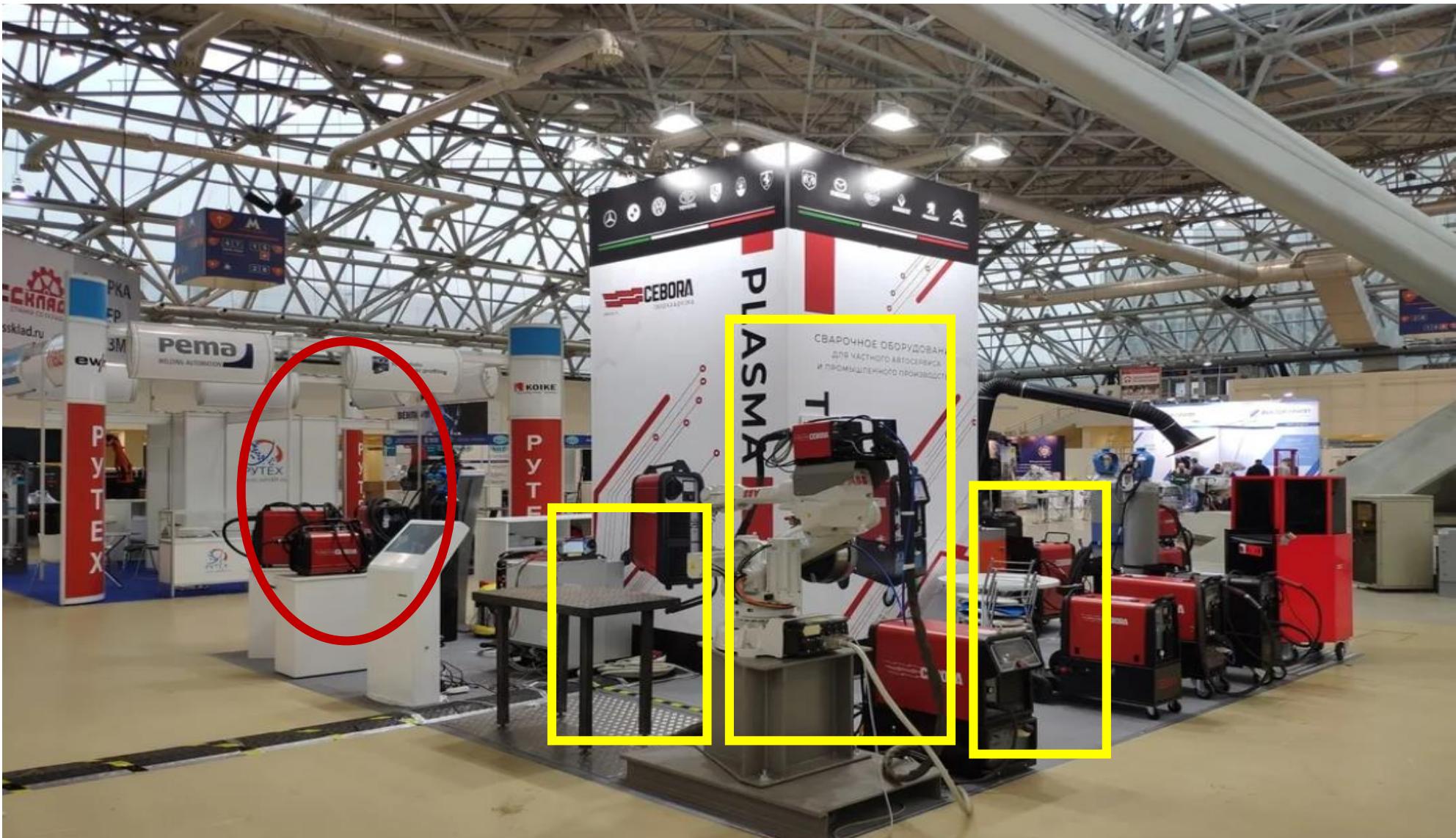


ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА

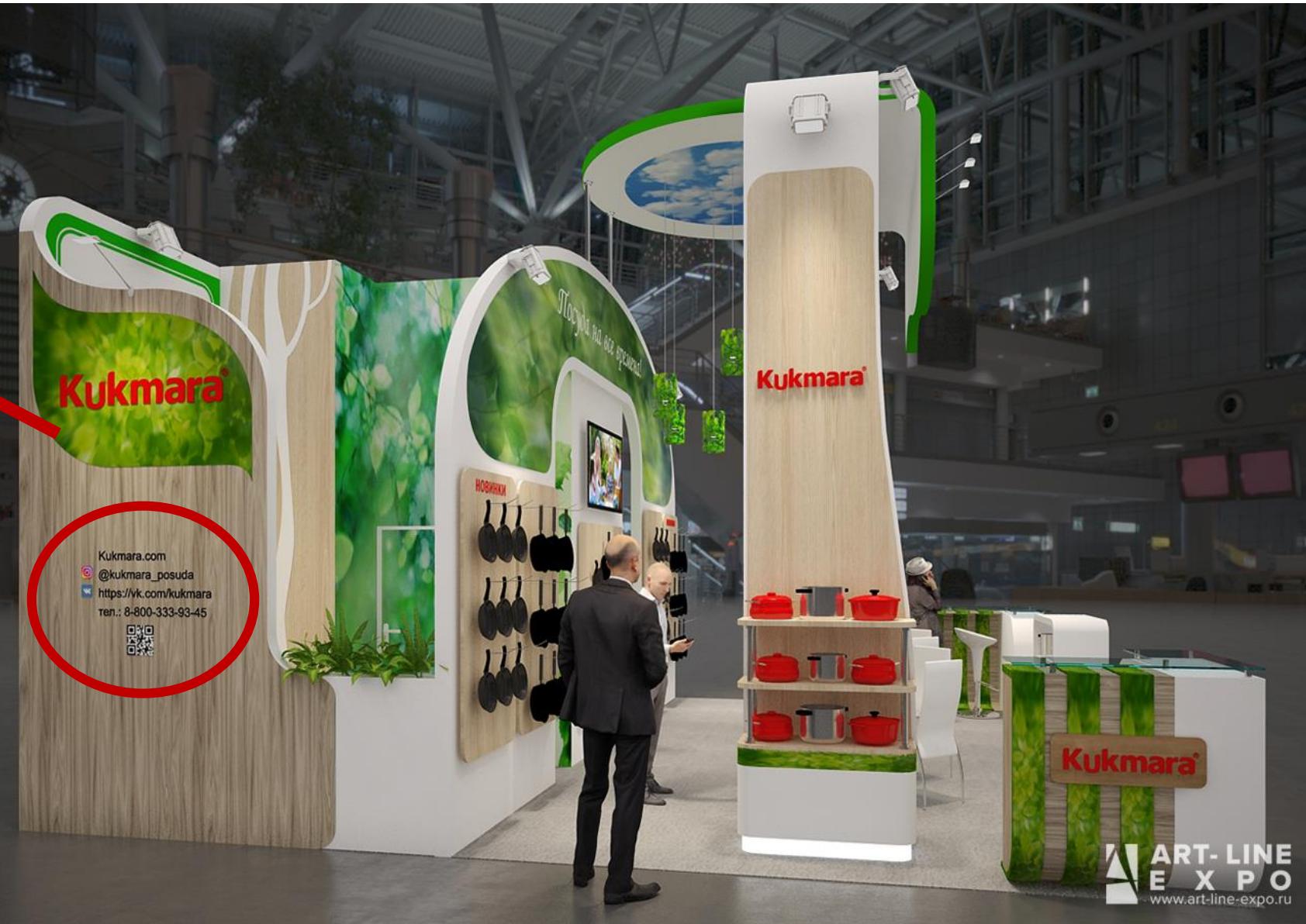




ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА



Kukmara.com
@kukmara_posuda
https://vk.com/kukmara
тел.: 8-800-333-93-45





ВОВЛЕКАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТЕНДА





МОДЕЛИ ГЕНЕРАЦИИ ПОТОКА



ВХОДЯЩИЙ

Характеристики:

1. Внимание в «расфокусе»
2. Нет четкой сегментации по поведению
3. Отсутствие четкого понимания целей и задач

ХОЛОДНЫЙ

Характеристики:

1. Есть понимание по запросу
2. Нет отстройки вашей компании от остальных
3. Нет соотнесения своего запроса с предложениями внешней среды

ТЕПЛЫЙ

Характеристики:

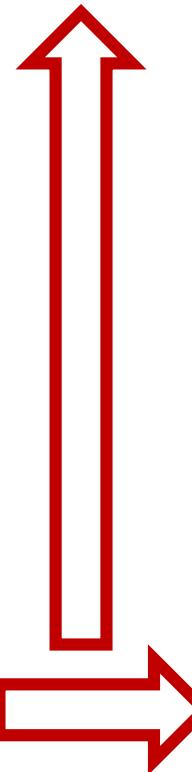
1. Фокус на компанию и персонал
2. Есть запрос на продолжение коммуникации
3. Есть понимание вашего бренда



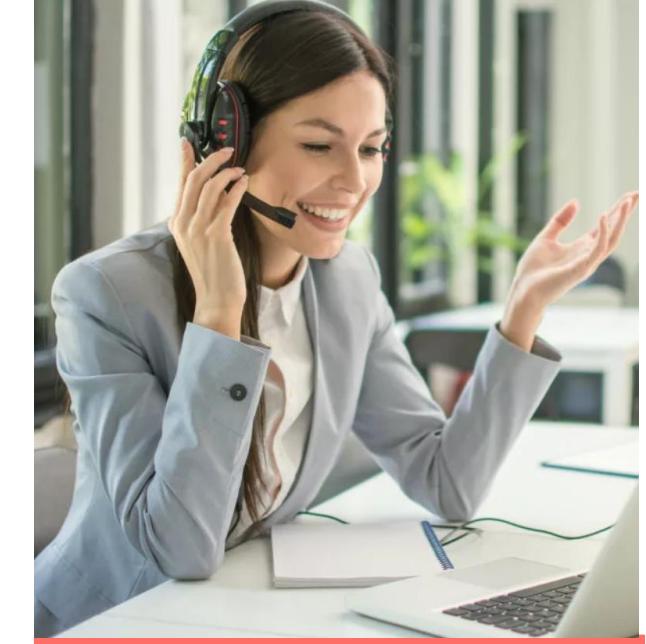
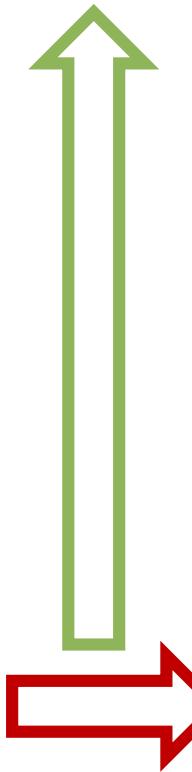
МОДЕЛИ ГЕНЕРАЦИИ ПОТОКА



входящий



холодный



теплый



СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НА СТЕНД



Мыслить креативно
для привлечения
трафика посетителей
на стенд

Позаботиться об
освещении стендса, свет
направить на значимые
акценты

Устроить фотосессию для
посетителей выставки это
фокус внимания

Быть активными в
соцсетях для продвижения
вашей выставки

Предложить на выставке то,
что хотят все ваши клиенты

Показывать на выставке ваш
продукт в действии, с элементами
ШОУ. Действие = фокус внимания.





СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НА СТЕНД



Частые проблемы снижающие эффективность



Отсутствие плана или недостаточно продуманная стратегия компании, связанная с участием в выставочных мероприятиях

Стандартный, не запоминающийся дизайн стенда (либо - плохо проработанный и недостаточно реализованный)



Плохо, наспех сформированная команда стендистов. Слабый профессиональный уровень сотрудников, участвующих в выставке

Отсутствие слаженности в действиях менеджеров. Не достаточная мотивация (безразличие) сотрудников.



Отсутствие должного контроля за сотрудниками и внесения корректировок в их работу на стенде



СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НА СТЕНД



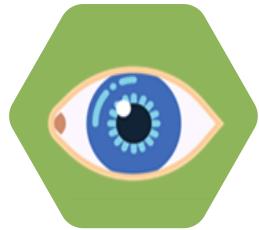
Чтобы стать действительно успешной компанией, маркетинговая стратегия должна обязательно охватывать все пять чувств.



ОСЯЗАНИЕ
Трогаем



СЛУХ
Слушаем



ЗРЕНИЕ
Видим

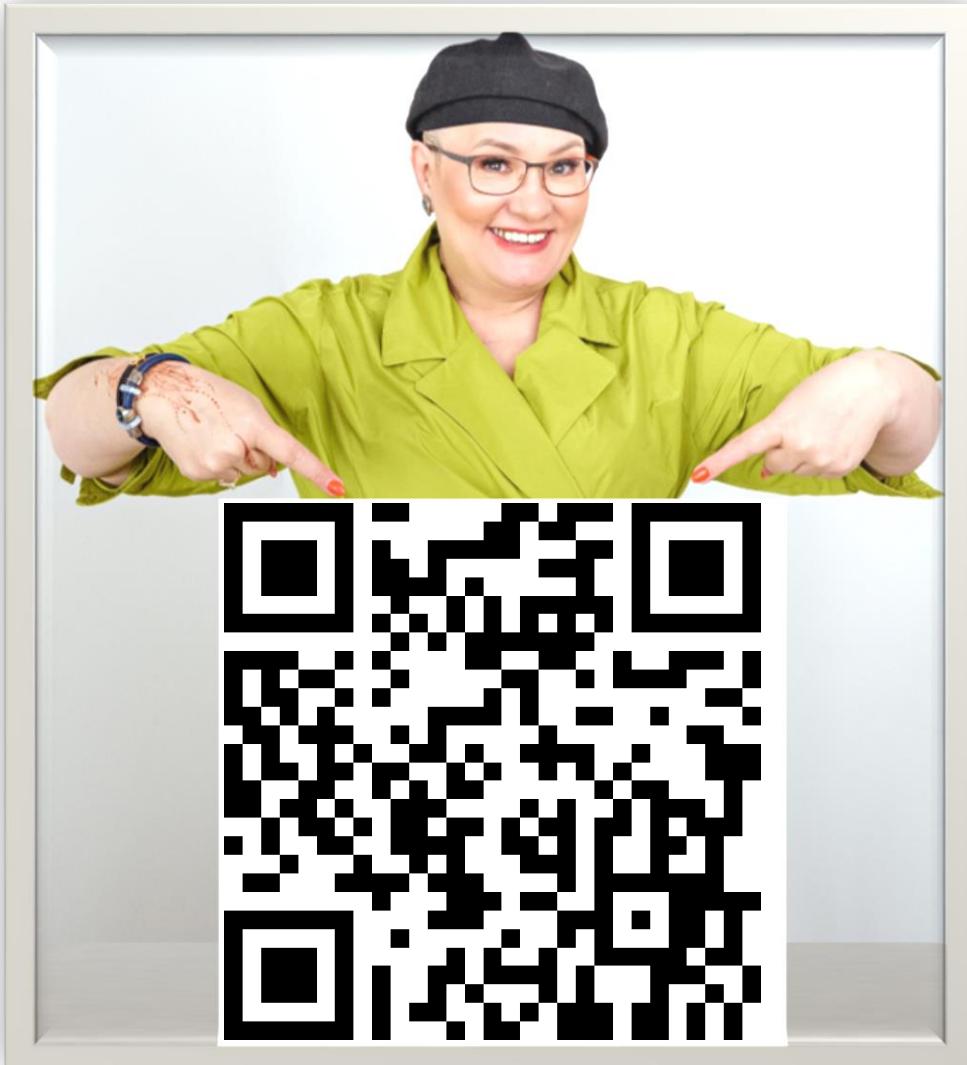


ВКУС
Пробуем



ОБОНИЯНИЕ
Вдыхаем

Пропишите ЧТО и КАКИЕ инструменты восприятия у вас будут на стенде.



Забирайте Подарки

1. Гайд «Мастерская цветов и шрифтов»
2. Гайд «Цветовая магия продаж»
3. Гайд «Продающие ароматы»

https://salebot.site/md/rsy_bonusIV

До встречи, ваша Ирина Борисова.