



Ирина Борисова

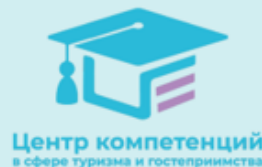
Эксперт в области розничных технологий и
Нейромаркетинга. Практикующий бизнес-тренер и спикер
Отраслевых площадок и Международных выставок.

20 НОЯБРЯ — 10 ДЕКАБРЯ 2023 ГОДА

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

НОВАТОРСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ОРГАНИЗАТОРЫ:





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 4:

Оптимизация коммуникации и презентаций на выставках

- Влияние нейробиологических факторов на восприятие информации
- Техники и структуры сообщения для максимального воздействия на аудиторию
- Практические советы по использованию нейромаркетинга в презентациях и коммуникации на выставках и конгрессах



**ВАША ЦЕЛЬ
НА ВЫСТАВКЕ**



ВОСПРИЯТИЕ НА ВЫСТАВКЕ



Влияние нейробиологических факторов на восприятие информации:

Визуальные стимулы



Эмоциональное воздействие



Когнитивные процессы





ВОСПРИЯТИЕ НА ВЫСТАВКЕ



Когнитивные процессы, которые могут быть актуальными на выставочном стенде по туризму, включают:

1. Внимание и восприятие:

Помогите посетителям сфокусировать свое внимание на ключевых информационных элементах стенда. Используйте яркие цвета, привлекательные изображения и уникальные дизайнерские решения, чтобы выделиться среди других участников выставки.





2. Память и запоминание:

Создайте запоминающиеся элементы, которые помогут посетителям запомнить вашу компанию и предлагаемые туристические направления. Это могут быть логотипы, слоганы или уникальные символы, которые будут ассоциироваться с вашей компанией.





3. Решение и принятие решений:

Предоставьте посетителям достаточно информации о туристических направлениях, чтобы они могли принять обоснованное решение о выборе путешествия. Предложите разные варианты туров, предоставьте информацию о ценах, условиях и преимуществах, чтобы облегчить процесс принятия решения.

По видам передвижения

Автомобильный



Мототуризм



Велотуризм



Конный



Лыжный



Пешеходный



Парусный



Горный





ЗНАЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА НА ВЫСТАВКЕ

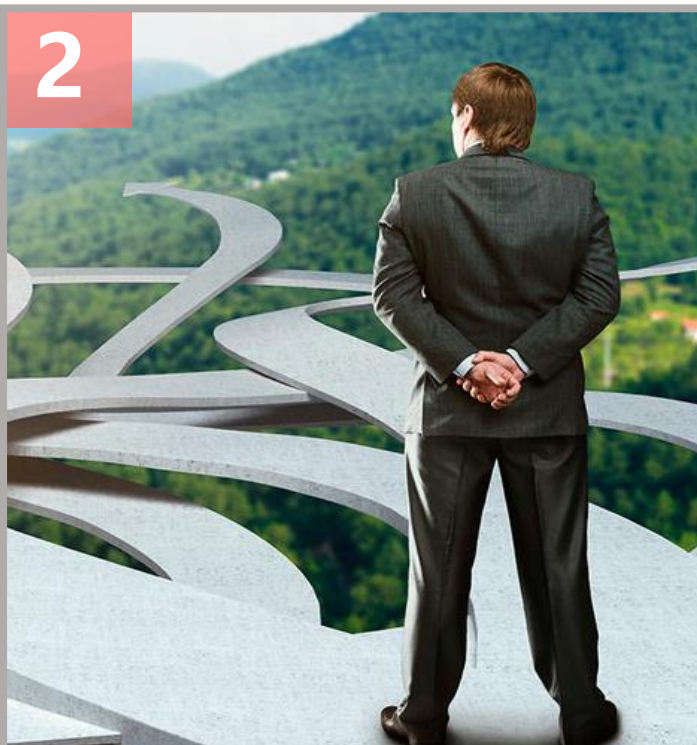


1



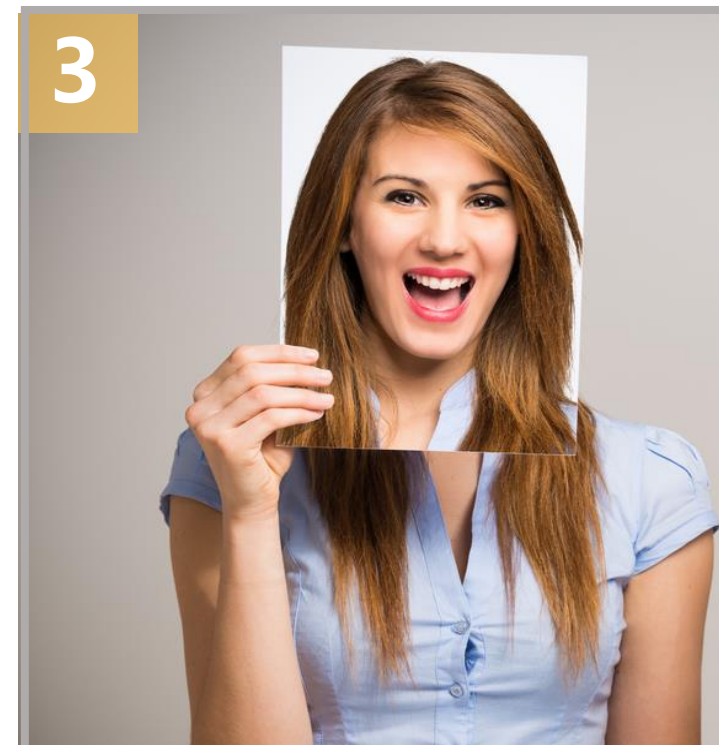
**презентует свои продукты
и разработки**

2



показывает возможности

3



**создает положительный
эмоциональный фон**



ЗНАЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА НА ВЫСТАВКЕ



4



формирует лояльность к
компании и продуктам

5



расширяет количество
потребителей компании

6



решает задачи по
привлечению партнеров



РЕГЛАМЕНТ РАБОТЫ НА ВЫСТАВКЕ



Кто ты и куда ты хочешь?

1 группа Генератор



2 группа Презентор



3 группа СПЕЦЫ





РЕСУРСЫ КОМПАНИИ НА ВЫСТАВКЕ



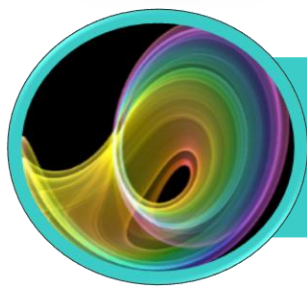
Аудио (речь сотрудников, аудио-джинглы, голосовые вставки в трансляции, участие в деловой программе)

Визуальные (брендинг, бейджи, трансляция видео)



Материальные
(продукты, корпоративные сувениры, раздатка)

Деятельные (конкурсы, дегустации, презентация товаров)



WOW-эффекты (аттрактор)



Что будем контролировать?

ЗАДАЧА :

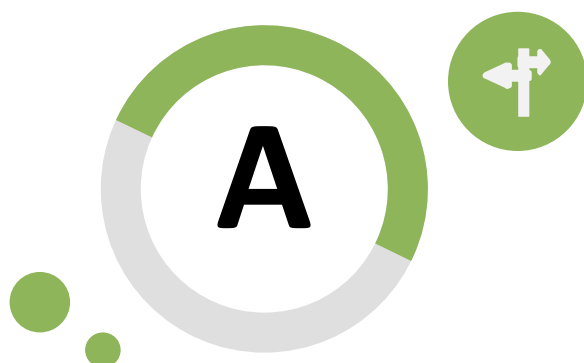
Список точек контроля.



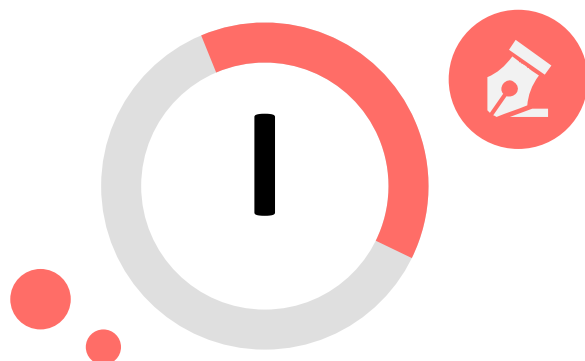
ОТЛИЧИЯ КОММУНИКАЦИЙ И ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ



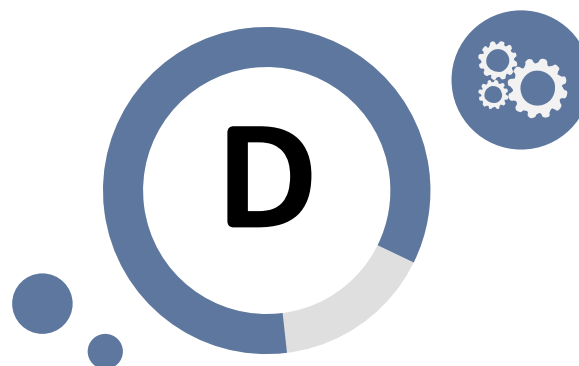
A (attention) – внимание;



I (interest) – интерес;



D (desire) – желание;



A (action) – действие.





ЭТАПЫ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ



1. ПОИСК И ОЦЕНКА КЛИЕНТОВ
2. ПОДГОТОВКА К КОНТАКТУ (инфа об клиенте, цели и форма контакта)
3. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (особенности, преимущества, выгоды предложения)
4. ПРОВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ (преодоление сомнений или возражений)
5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ
6. ОБСЛУЖИВАНИЕ, ПОСЛЕПРОДАЖНЫЕ КОММУНИКАЦИИ





Сценарии приветствия



ХОЛОДНЫЙ КЛИЕНТ

Общее описание
Сфера применения
Боли
Решения
Выгоды от использования
Примеры работ
Описание компании
Достижения в цифрах
Отзывы и благодарности
Сертификаты и награды
Призыв



ТЕПЛЫЙ КЛИЕНТ

Персонализация
Индивидуальные
выгоды
Сравнение
Техническая часть
Бонусы
Прайс
Призыв к покупке



10 принципов речи эффективного менеджера-стендиста

1

ГОТОВЬСЯ

2

ЗВУЧИ

3

ТРЕНИРУЙСЯ

4

ФОРМУЛИРУЙ

5

ВОВЛЕКАЙ/ВДОХНОВЛЯЙ

6

МИНИМИЗИРУЙ

7

УПРОЩАЙ

8

ДЕРЖИ ВНИМАНИЕ НА СУТИ

9

РЕЗЮМИРУЙ

10

СТРУКТУРИРУЙ



ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ



Визуальные инструменты, которые помогут привлечь внимание посетителей и создать запоминающийся образ вашей компании.





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ



1. Баннеры и вывески:

Разместите на стенде большие баннеры или вывески с яркими и привлекательными изображениями, которые отражают разнообразие туристических направлений, которые вы предлагаете. Используйте качественные фотографии и привлекательный дизайн, чтобы привлечь внимание посетителей.

2. Инфографика и диаграммы:

Используйте инфографику и диаграммы, чтобы наглядно представить информацию о различных туристических направлениях, услугах или пакетах, которые вы предлагаете. Это поможет посетителям быстро и легко понять информацию и сравнить разные предложения.

3. Виртуальные туры и видеоматериалы:

Предоставьте посетителям возможность погрузиться в виртуальные туры различных туристических мест. Это может быть с помощью виртуальной реальности или просто видеоматериалов, которые показывают красоту и достопримечательности разных мест.



ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ



4. Интерактивные дисплеи и экраны:

Разместите на стенде интерактивные дисплеи или экраны, на которых посетители смогут получить дополнительную информацию о туристических направлениях, просмотреть фотографии и видеоролики, а также задать вопросы сотрудникам компании.

5. Фотографии и истории путешественников:

Создайте на стенде "стену известий", где посетители смогут оставить свои фотографии и истории о путешествиях. Это поможет создать атмосферу сообщества и поделиться опытом с другими посетителями.

6. Презентации и выступления:

Организуйте на стенде презентации или выступления, где с помощью проектора или экрана можно показать слайды с информацией о туристических направлениях, достопримечательностях и услугах. Это поможет привлечь внимание и дать более подробную информацию о вашей компании.



ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ



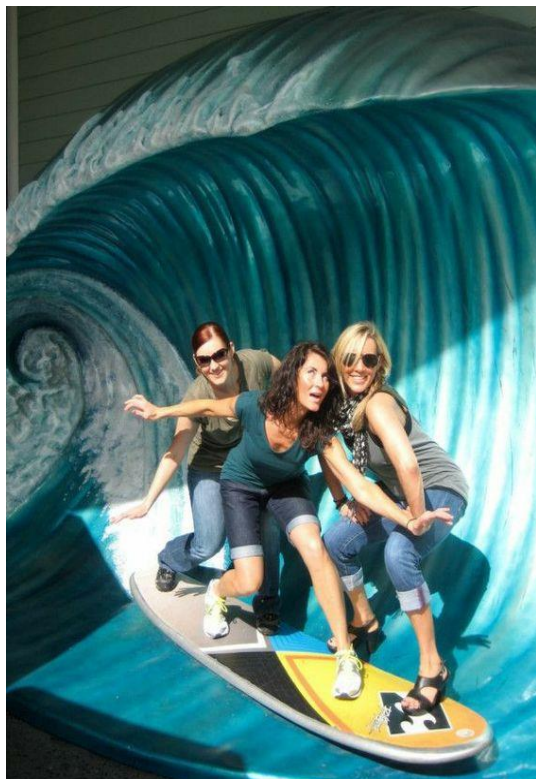


ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ



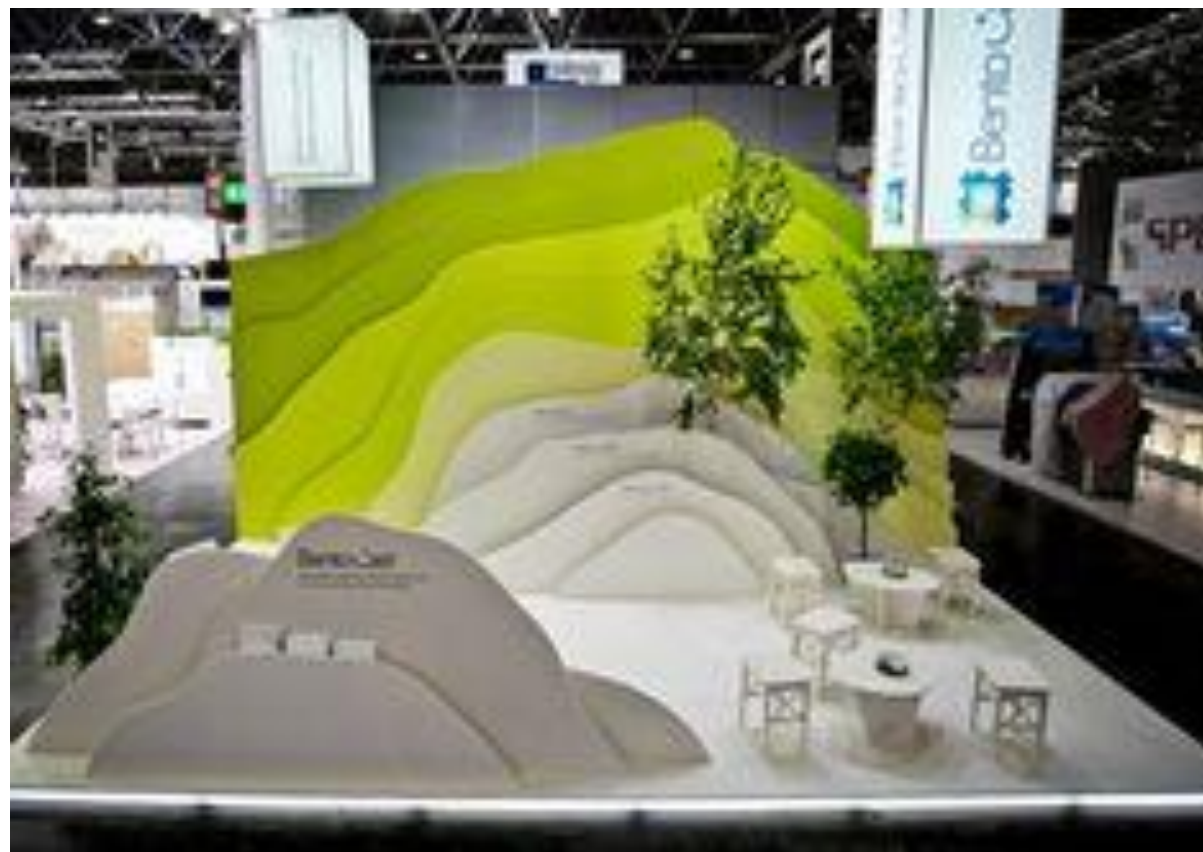


ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ





Кварталова Елена Николаевна
практикующий судебный юрист
основатель и директор юридической фирмы «КВ-Консалт»

Образование:
В 1996 году окончила юридический факультет Пермского государственного университета (очное отделение) по специальности «Юриспруденция» (красный диплом)
В 1999 году окончила Московскую международную высшую школу бизнеса «МИРБИС» (институт), по специальности «Финансы и кредит» (красный диплом)





kvcons.ru
info@kvcons.ru
vk.com/kvcons
facebook.com/kvartalova.elena
instagram.com/elenakvartalova
8 (342) 298-72-34
г. Пермь, ул. Юрша, 72 (отдельный вход)



ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ ДЛЯ БИЗНЕСА
ПЕРМЬ И ПЕРМСКИЙ КРАЙ

Более 16 лет бесперебойной юридической практики

#КВАРТАЛОВСКАЯКРЫША

ЗАЩИЩЕН СПОКОЕН УВЕРЕН





ОПЫТ

– Корпоративное право	15 лет практики
– Арбитражная практика	16 лет практики
Более 20 лет работы в правовой сфере	
– Принудительное взыскание по решению суда	15 лет практики
– Организация договорной работы	15 лет практики



ЧЕМ МОЖЕМ БЫТЬ ПОЛЕЗНЫ

*Активное обсуждение
Выбор тарифа*

БИЗНЕС ПОД ЗАЩИТОЙ

- Имеем опыт регистрации бизнеса с участием инвесторов в различных организационно-правовых формах
- Подскажем, как урегулировать ситуацию в досудебном порядке
- Сможем отстоять ваши интересы в суде
- Составим или проведем анализ договора, с учетом соблюдения ваших интересов

УЧЕТ СПЕЦИФИКИ

- Имеем опыт работы юридического обслуживания:
 - IT-компаний
 - строительных компаний
 - стоматологических клиник
 - производственных предприятий
 - розничных торговых магазинов
 - поставщиков сложного оборудования

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

- Ведения дел в суде (арбитражный суд, суд общей юрисдикции)
- Хозяйственные споры (неисполнение договора)
- Взыскание задолженности
- Споры с банками по приостановлению операций
- Трудовые споры с работниками
- Налоговые споры
- Обжалование ненормативных актов госорганов
- Обжалование привлечения к административной ответственности
- Защита от потребительского терроризма



6 ЛЕТ В ЦИФРАХ
ИТОГИ РАБОТЫ

- 650 честных консультаций
- 365 клиентов, из них 53 клиента в числе постоянных
- 287 регистраций ООО и ИП (включая 4 ликвидации, 5 реорганизаций)
- 248 составленных договоров
- 117 судебных дел

Опыт ведения дел в судах более 16 лет



ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВОСПРИЯТИЯ



kvcons.ru



info@kvcons.ru



vk.com/kvcons



facebook.com/kvartalova.elena



instagram.com/elenakvartalova



+7 902 47 27 234



г. Пермь, ул. Юрша, 72 (отдельный вход)



**Кварталова
Елена Николаевна**

практикующий судебный юрист,
основатель и директор
юридической фирмы «КВ-Консалт»



**РАБОТАЯ С НАМИ
ВЫ ЗАЩИЩЕНЫ
ОТ РИСКОВ
И УВЕРЕНЫ
В ЮРИДИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ
БИЗНЕСА**



Регулярно возникают юридические вопросы и накладно держать в штате юриста



Нужно исключить риски по сделке (составить, проанализировать договор).



Нужно разработать законную правовую схему бизнес-процессов.



Возник спор с контрагентом и дело «пахнет» судом.



Зарегистрировать ООО или внести изменения (директор, адрес, участники)

- Абонентское обслуживание
- Помощь в действующих судах
- Договорная работа



*Опыт ведения дел
в судах более 16 лет*



Какие тренды цветорешений будут Завтра 2024-2025 гг.

Потребители продолжают бороться с продолжающимися экономическими, политическими и экологическими кризисами, чувство неуверенности в будущем будет оставаться доминирующей силой

Факторы, которые будут влиять на потребителей в 2025 году - это благополучие, творчество, окружающая среда и технологии





ЦВЕТА ВНИМАНИЯ



Цвет передает
аутентичность,
спокойную роскошь
и способствует
возвращению
классического
дизайна



Цвет воспевае
тъму, соединяясь с
чувством тайны, а
также с
готическими и
андеграундными
настроениями



Цвет говорит о
содействии балансу и
замедлению, как
вневременной оттенок
с межсезонной и
долгосрочной
привлекательностью



Цвет представляет
собой активирующий
витаминовый тон,
который воплощает в
себе полный спектр
подходов к здоровью
и благополучию



Цвет, успокаивает ум.
Дает ощущение отдыха
и размышлений.
Умиротворяющий с
терапевтическими
свойствами



1. Музыкальное сопровождение:

Включите фоновую музыку, которая соответствует тематике туризма и создает желаемую атмосферу. Например, мягкие и расслабляющие мелодии могут подойти для представления пляжных курортов, а живая народная музыка может помочь передать аутентичность и культурную атмосферу разных стран.





2. Аудиогиды:

Разместите на стенде аудиогиды или слушалки, которые позволят посетителям получить дополнительную информацию о различных туристических направлениях. Это может быть записанный рассказ о достопримечательностях, интересных фактах или истории мест, которые можно посетить.



3. Звуковые эффекты:

Используйте звуковые эффекты, чтобы создать эмоциональную связь с аудиторией. Например, звуки природы, шум моря или городские звуки могут помочь посетителям визуализировать и представить себя в путешествии.





4. Презентации и выступления:

Организируйте на стенде выставки презентации или выступления с использованием аудиоэлементов. Например, можно использовать видеоролики с озвучкой, интервью с путешественниками или звуковые отрывки, чтобы рассказать о различных туристических направлениях и привлечь внимание посетителей.





5. Интерактивные элементы:

Включите на стенде интерактивные элементы, которые будут взаимодействовать с аудиосенсорным восприятием. Например, можно создать игровые станции или зоны, где посетители смогут прослушать аудиофрагменты и отгадывать, какие звуки или мелодии связаны с определенными туристическими местами.



АУДИО СЕНСОР ВОСПРИЯТИЯ



VERRA MUSIC



VERRA MUSIC



Del Tremens – Symphony of ...ion (acoustic Version).mp3

03:49, 6.4 MB



Del Tremens – Shut Your Mouth (acoustic Version).mp3

04:09, 6.9 MB

VERRA MUSIC



VERRA MUSIC



DJ DORONIN & DJ KULIKOV – VERRA MUSIC

57:30, 133.1 MB

351 20:39



**Если вам нужен
продолгованный эффект,
ваш набор должен включать
съедобный элемент,
как небольшое дополнение.**





Дополнительный аргумент в пользу того, чтобы подавать кофеиносодержащий напиток:

Кофеин улучшает

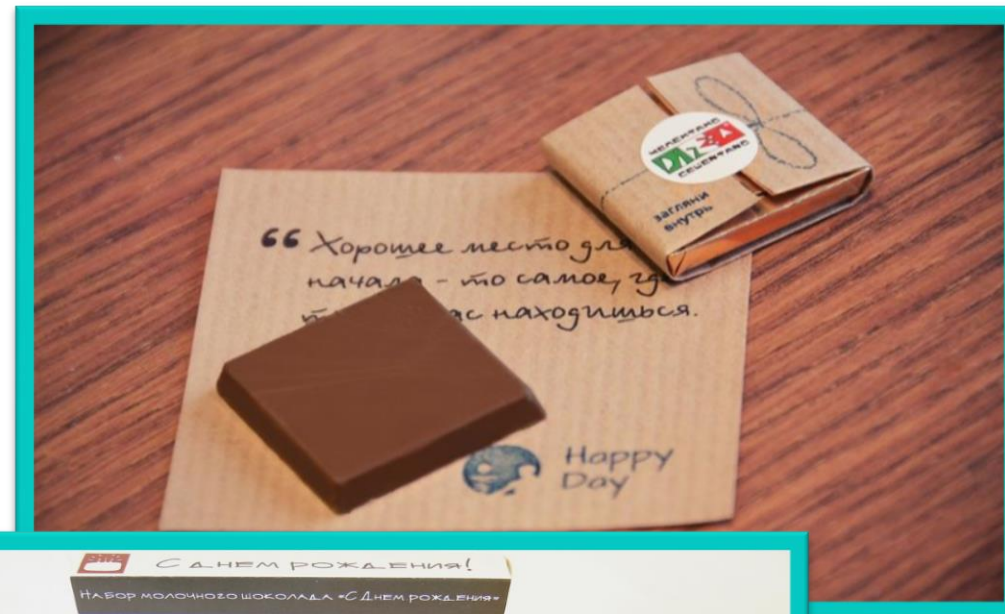
краткосрочную память.

**А значит, после горячего кофе
ваше послание не только будет
лучше воспринято –
его еще и лучше запомнят.**





ВКУСОВАЯ СЕНСОРНАЯ СИСТЕМА





ОБОНЯТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА ВОСПРИЯТИЯ



ТОП

Высокие ноты. Первое впечатление, воздействующее на ваше рациональное "я". Начальная (головная) нота создает первое, спонтанное впечатление. Аромат головной ноты определяется, как правило, летучими компонентами.



ЭМОЦИЯ

Сердечная нота - "ядро" аромата. Букет- это переход от головной ноты к базовой, который гармонично сочетается с ними обеими. Если более летучие части духов ушли, оставшийся запах может осесть и гармонизировать в пространстве. Сердечная нота может удерживаться часами.



РЕШЕНИЕ

Главный аромат – определяет их стойкость. Основа запаха раскрывается по прошествии 15-20 минут после нанесения и держится в течение долгого времени, оставляя сильное впечатление; обеспечивает силу и стойкость аромата. В последующие часы воздействие запаха очень медленно убывает.



АРОМАГИЯ БИЗНЕСА



Влияние запаха можно использовать не только в продажах, но и для проведения успешных переговоров.



Роза прибавляет сговорчивости



Апельсин стимулирует к принятию решения



Ветиверия.
При переговорах привлекает нужных людей для бизнеса



Лимон (осторожно!) вызывает агрессивность



Мята бодрит и тонизирует



Обратная связь по итогам ВЫСТАВКИ





Сбор информации со стенда

1. На неделю

(звонки, приглашения на встречу, соглашение о намерениях)

2. На месяц

(партнерские дни, онлайн/офлайн презентации)

3. На квартал

(стратегическое партнерство)



СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ДАННЫХ ПОСЛЕ ВЫСТАВКИ



1

Информация от посетителей

2

Оценка работы персонала стенда, в целом

3

Пожелания, замечания, мнения

4

Бюджет. Запланированные и реальные расходы

5

Уровень функциональности стенда, исходя из таких характеристик, как местоположение и т.д.



СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ДАННЫХ ПОСЛЕ ВЫСТАВКИ



6

Сбор информации о непосредственных конкурентах

7

Оценка усилий, уровень интереса

8

Мероприятия, проведенные компанией на выставке, и оценка их значимости и последствий

9

Мероприятия от организаторов

10

Рекламные материалы и сувениры



ЭВОЛЮЦИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА



ВЧЕРА

Мы только исследовали
и выстраивали гипотезы

01



СЕГОДНЯ

Мы экспериментируем,
внедряем и практикуем

02



03

ЗАВТРА

Планируем прогнозы и встраиваем
программы лояльности.





Забирайте Подарки

1. Гайд тест «Маркетинговый мастер»
2. Гайд «25 способов повысить продажи при помощи когнитивных искажений»
3. Гайд «Лид поведение Потребителей»

https://salebot.site/md/rsy_bonusIV

До встречи, ваша Ирина Борисова.