**Работа выставочного стенда**

Выставочный стенд за счет своей архитектуры представляет собой просторное помещение, удобное для получения информации и по существу дела, и лично для себя. Успех обеспечивают компетентный персонал стенда и соответствующий своим функциям ход работы выставки.

**Персонал стенда**

Чем более обоснованно подобран и компетентен персонал стенда, тем больше шансов на высокие показатели сбыта и налаживание новых контактов. Целенаправленный выбор и интенсивное обучение сотрудников стенда столь же важны, сколь и эффектная презентация товаров.

**Планирование и подбор персонала**

При выборе подходящих для участия в выставке сотрудников следует руководствоваться соображениями как об их профессиональной квалификации, так и об их личных качествах:

четкие теоретические и практические профессиональные знания

контактность и общительность

уверенное поведение и находчивость

хорошо поставленная речь

умение приспосабливаться к обстоятельствам

знание иностранных языков

опыт работы на выставках

способность переносить нагрузки (здоровье)

любовь к путешествиям

Для выполнения целого ряда работ на стенде может быть привлечен местный вспомогательный персонал. Это касается, например, рабочей силы для монтажа и разборки стенда, помощников на кухне и при приеме гостей, а также переводчиков. Последние часто предоставляются для почасовой работы администрацией выставки.

К персоналу стенда, сформированному в зависимости от величины предприятия, относятся:

представитель предприятия (член правления, исполнительный директор)

руководство стенда (отвечает за работу стенда)

технический персонал (консультации, демонстрация товаров)

референты по странам (переговоры об экспорте)

переводчик

ответственный за работу с прессой

справочно-информационная служба стенда

обслуживающий персонал (бюро, прием гостей, сервис, охрана, уборка)

Мотивация и обучение

На выставке о предприятии судят, как о едином целом. Каждый член выставочной команды должен быть готов к тому, чтобы и до, и после, и во время выставки показать себя наилучшим образом. Работа на выставке - это не поощрение, а напряженный труд, к которому сотрудники должны быть наилучшим образом подготовлены.

Чем более объемной информацией о целях участия в выставке располагает коллектив стенда, чем яснее определены задачи каждого, тем скорее любой из сотрудников сможет соответствовать предъявляемым к нему требованиям. Персонал стенда, который чувствует себя правильно подготовленным и информированным, в высокой мере способствует бесперебойному и успешному ходу выставки. Персонал нужно информировать о:

собственном предложении товаров и услуг

ценах и условиях ценообразования

конкуренции и предложении конкурентов

целевой группе

составе посетителей выставки

важных клиентах и заинтересованных покупателях

письменном учете контактов с посетителями

правилах и распорядке работы стенда

значении выставки для всей отрасли

месте и территории выставки.

Часто у сотрудников бывает мало практического опыта в общении с посетителями. Поэтому выставочная команда должна готовиться и тренироваться для выполнения этой задачи, особенно для ведения переговоров, аргументации и техники опроса. Для тренинга перед выставкой существует целый ряд семинаров, печатных изданий, а также учебных видеоматериалов.

Если нужно завязать как можно больше контактов, то наибольший успех имеют те, кто умеет привлечь внимание посетителей. Каждый посетитель - это потенциальный клиент. Завоевать его - это искусство. Оно изначально предполагает активное внимание к посетителю. Однако, эксперты констатируют, что от 50 до целых 90% всех разговоров начинаются убийственным вопросом: "Чем я могу Вам помочь?". После этой банальности разговор заканчивается через несколько секунд.

Кроме того, клиент хочет быть в центре внимания. Этого можно добиться даже просто лексикой, если принять во внимание точку зрения клиента. То есть: "Вы получаете..." вместо "Мы поставляем..." или "Вот здесь Вы видите..." вместо "Я Вам показываю...".

Прямо-таки пугающие результаты дали наблюдения на выставках - в первую очередь - основных средств производства. Почти к 70% посетителей просто никто не обращается. 80% продавцов заканчивают разговор, если клиент ведет себя рассеянно.

Тренинг перед выставкой состоит из проработки следующих основных тематических пунктов:

Как пробудить интерес посетителя?

Как и когда нужно к нему обратиться? (примерные формулировки)

Как узнать и зафиксировать его фамилию и адрес? (опрос посетителей)

Как вести себя со случайными посетителями-неспециалистами на специализированных выставках?

Цель тренинга такова: постоянно демонстрировать посетителям выставки готовность пойти на контакт. В первую очередь должно быть исключено такое поведение, которое отталкивает посетителя от входа на стенд (чтение газеты, увлеченный разговор с друзьями или коллегами). Выставки - это живые и сиюминутные мероприятия, где однажды упущенный шанс разговора вернуть уже невозможно.

Часто посетитель выставки окажется за все время осмотра один единственный раз в определенном павильоне и только на короткий миг заинтересуется определенным стендом. Если ему не будет продемонстрирована готовность персонала к разговору, то потенциальный контакт утерян.

Надо придавать большое значение и одежде, и внешнему виду, и манере держаться. Единая форма одежды для персонала стенда облегчает поиски сотрудников. Иногда для того, чтобы сотрудников легче было опознать, бывает достаточно и определенных аксессуаров одежды (галстуки, платочки). Само собой разумеется, что нужны достаточно большие таблички с фамилией.

**Умение вести разговор**

После того как посетитель вошел на стенд, ему надо дать время осмотреться. Сотрудник стенда должен наблюдать, чем посетитель заинтересуется. При этом можно выждать удобный момент, чтобы к нему в первый раз обратиться. После приветствия сотрудник называет себя и начинает разъяснения по поводу экспоната, заинтересовавшего посетителя. К знакомым посетителям нужно обращаться сразу и называть их по фамилии.

Разговор обязательно надо вести без всякой навязчивости. Умение выслушать собеседника - редкий дар. При помощи целенаправленных вопросов нужно выяснить позицию, мотивы, критику и претензии, цели применения товара, требования к качеству, а также возможность скорейшего решения по поводу договора. После определения уровня профессиональной компетент-ности и права на принятие решения внутри предприятия можно выйти на определенный уровень взаимопонимания. На претензии и высказанные сомнения следует реагировать чутко и тут же предлагать как можно более конкретные способы их разрешения.

В заключение беседы нужно по возможности договориться о дальнейших контактах - например, о времени следующей встречи или о пересылке конкретных товаров или технических деталей.

При окончательном заполнении листка учета посетителей нужно немедленно записать все пожелания клиента, иначе в суматохе выставки отдельные моменты скоро забудутся. Точная информация для последующей обработки исключает возможность противоречий в высказываниях при дальнейших контактах с этим клиентом.

**Порядок работы стенда**

Руководитель стенда

Руководитель стенда отвечает за слаженность хода работы на стенде, причем как снаружи - по отношению к посетителям, так и изнутри - то есть по отношению к сотрудникам.

Руководитель стенда должен обладать особым чутьем и целым рядом качеств для обхождения с людьми самых разных темпераментов. Они таковы:

опыт работы на торговых ярмарках и выставках

желание и способность принимать решения

высокое качество мотивации и руководства

организаторский и импровизационный талант

сознание ответственности

опрятный внешний вид

уверенная манера держаться

хорошо поставленная речь

готовность к разговору и переговорам

основы знаний в области техники и торговли

хорошая память на лица

Задачи руководителя стенда

Приемка стенда перед началом всего мероприятия

Поручение конкретных заданий отдельным сотрудникам

Разработка и соблюдение рабочего плана и расписания для сотрудников

Прием важных посетителей

Помощь в переговорах с клиентами

Передача важных сообщений на фирму

Заместитель руководителя стенда (на короткий срок или из-за отсутствия по непредвиденным обстоятельствам) должен быть назначен заблаговременно.

Организация выставочного стенда

Руководитель стенда должен своевременно, до начала выставки, убедиться в том, что весь стенд смонтирован по плану, что оборудование, оформление и надписи на месте, что рекламные материалы и все нужное для угощения имеется в достаточном количестве, что подсоединение правильно, а все приборы функционируют.

Вечером накануне открытия выставки нужно отдать инструкции персоналу и разъяснить порядок работы стенда:

представление коллектива, возможно, также дополнительно привлеченного персонала

информация о выставке

информация о целях выставки

мероприятия и особые события во время выставки

комментарии к важным документам

разъяснения по поводу учета посетителей

указания по обслуживанию клиентов

поручения ответственному за прессу

распределение обязанностей в соответствии с рабочим планом

кодекс поведения

В рабочем плане должно быть четко распределено, кто именно отвечает за выполнение отдельных поручений, - например, за раскладку проспектов на стендах, за чистоту выгороженных кабинок для переговоров и уголков для сидения в течение дня, за угощение. Одновременно рабочий план четко определяет время перерывов.

На ежедневных летучках - утром и вечером - сотрудники получают информацию об успехах выставки и об особенностях предстоящего дня (важные посетители или мероприятия). Замеченные в ходе работы недостатки тоже можно здесь обсудить и немедленно ликвидировать. Такая маневренная критика должна быть продумана и для дня окончания выставки.

Хорошо организованный выставочный стенд и хорошо управляемая выставочная команда гарантируют,

что выставочный стенд в любое время дня будет чистым и прибранным

что потребительские и продовольственные товары (рекламные материалы, угощение) не станут дефицитом

что все техническое оборудование стенда будет бесперебойно функционировать

что правила работы и рабочий план стенда будут соблюдаться

что атмосфера на выставочном стенде всегда будет дружелюбной и спокойной

что руководитель будет точно знать, где в данный момент находится любой из его сотрудников

что переговоры с посетителями стенда будут письменно зафиксированы и впоследствии обработаны.

**Обслуживание**

И на небольшом стенде можно организовать угощение посетителей. Можно предложить безалкогольные или алкогольные напитки. В отношении печенья, чипсов, орехов и т.д. следует обратить внимание на то, чтобы продукты были свежими, а сервировка - аппетитной.

Стенд лучше запомнится посетителю, если предложенное угощение будет ассоциироваться с происхождением экспонента (франкское вино, мюнхенские белые колбаски, вестфальская ветчина). Все выставочные комплексы работают на договорных началах с фирмами, организующими поставку напитков и т.д. для участников выставок.

Угощение посетителей стенда - стандарт качества немецких ярмарок. Не в последнюю очередь признаком качества является посуда. Из репрезентативных соображений не рекомендуется пользоваться одноразовой посудой. Кафе и рестораны выставочных комплексов уже давно отказались от одноразовой посуды. Следует следить за сохранностью посуды и экономным расходом воды и электроэнергии при мойке.

В рамках анализа, выполненного по заказу AUMA одноразовая и многоразо-вая посуда оценивались с точки зрения экологии. Результаты показали, что применение многоразовой посуды оправдано при выполнении следующих условий:

сравнительно короткие пути доставки посуды;

требования гигиены выполнимы только при использовании посудомоечных автоматов;

применяются посудомоечные автоматы энергосберегающего типа;

обеспечена оптимальная загрузка посудомоечных машин, позволяющая избежать непроизводительных затрат энергии;

исключительное применение моющих средств без содержания фосфатов и хлора;

количество битой посуды не превышает 20%.

При использовании одноразовой посуды рекомендуется:

пользоваться только посудой из материалов, рассчитанных на вторичную утилизацию;

организовать рациональную гигиеническую систему сбора отходов, не создающую скопления отходов;

пользоваться одноразовой посудой только при небольшом количестве посетителей.

Учет посетителей

Для эффективности последующей обработки и для конкретного подтверждения успеха на выставке необходимо вести учет контактов с посетителями. Специально заготовленные для этого бланки сокращают затраты времени: сотрудник может очень быстро их заполнить. Только точность при заполнении учетного листка гарантирует безукоризненное выполнение заявок. Опыт показывает: по прошествии некоторого времени сотрудники убеждаются в том, что эта анкета - ценнейший рабочий материал.

Но до того нужно определить, какие именно беседы можно рассматривать как материал, заслуживающий записи. Общее правило гласит, что учетный листок подлежит заполнению только в том случае, если посетитель выразил серьезную заинтересованность в товаре. А короткие частные вопросы, после которых посетитель не оставляет и своего адреса, должны, вероятно, учитываться в списках по товарам или по тематическим группам. Но и эти короткие консультации могут привести к интересным выводам о восприятии экспоната.

**Информация о выставке и рынке**

Помимо обслуживания самого стенда, его сотрудники могут также зани-маться изучением рынка. Информация о товарах, оформлении стендов и деятельности конкурентов дает важные точки опоры.

Обход выставки помогает мотивации и повышению квалификации сотрудников стенда. Нельзя недооценивать и печатную продукцию, которую можно получить на стенде:

каталог выставки

брошюры, посвященные особым мероприятиям

рукописи докладов

спецвыпуски специальных журналов

проспекты и рекламный материал конкурентов

данные исследований, проведенных организаторами выставки

Уборка и охрана

Само собой разумеется, что стенд надо всегда содержать в порядке. Ежедневную уборку можно производить и собственными силами, но можно это поручить и той фирме, с которой администрация выставки заключила соответствующий договор. Кроме того, специально выделенный для этого сотрудник должен постоянно следить за порядком и чистотой. Переполненные пепельницы, валяющиеся повсюду проспекты и раскрошившиеся кексы очень скоро приведут посетителя к нежелательным выводам об общем уровне сервиса у данного участника выставки.

Охрана стенда и, соответственно, экспонатов тоже должна быть налажена - в том числе, во время монтажа и разборки. Известно по опыту, что в это время все перевернуто вверх дном, всюду суета, поэтому ценные выставочные товары не должны оставаться без присмотра.

Но это касается и ежедневной работы стенда. В особенности на тех выставках, где число посетителей очень велико, ценные выставочные товары должны быть в безопасности.

Обычно выставочные павильоны ночью охраняются. Но стенды, где есть ценные товары, могут обеспечить себе и собственную охрану.

Заключительная часть работы на стенде

Непосредственно после того как выставка заканчивается, с сотрудниками стенда должна быть проведена заключительная беседа. Пока воспоминания еще свежи, можно учесть некоторые частности общего характера, чтобы использовать их потом, во время следующей выставки. В письменном отчете могут быть даны рекомендации для следующих презентаций товара.

Демонтаж стенда можно начинать только после официального завершения мероприятия. Не стоит в последний день выставки шокировать посетителей видом полупустых стендов. Общее настроение обрыва, конца, не подействует зазывно на заинтересованного посетителя.

Своевременная организация разборки и транспортировки помогает сэкономить время и избежать стрессовой ситуации.