Чекліст підготовки до виставки для експонентів

Таблиця показує, що і коли робити. Вона починається, коли виставку і стенд уже заброньовано.

КОЛИ	ЩО ЗРОБИТИ
За 12 тижнів	☐ Визначити цілі: зустрічі, кваліфіковані контакти, пропозиції ☐ Обрати бажаних клієнтів, зокрема з каталогу експонентів ☐ Узгодити бюджет і команду стенду
За 8 тижнів	☐ Завершити список контактів із контактними особами ☐ Написати тексти запрошень, надіслати перші запрошення ☐ Наявним клієнтам e-mail, новим контактам лист, дзвінок або LinkedIn
За 6 тижнів	☐ Останній термін для першого запрошення ☐ Запропонувати фіксовані часові слоти для розмов ☐ Визначити, як фіксувати ліди: анкета чи застосунок
За 4 тижні	☐ Друге запрошення всім, хто не відповів ☐ Підтвердити зустрічі ☐ Написати сценарій розмов для стенду
За 2 тижні	☐ Брифінг команди стенду: цілі, сценарій, анкета ліда ☐ Перевірити анкету чи застосунок ☐ Нагадування всім, з ким є зустріч
За 1 тиждень	☐ Підтвердження з номером павільйону і стенду ☐ Графік зустрічей на кожен день виставки ☐ Підготувати шаблони подальшого контакту
Дні виставки	☐ Фіксувати кожну розмову ☐ Оцінити кожен контакт як A, B або C, з наступним кроком і датою ☐ Щовечора переносити все в CRM
Через 24 години	☐ Подякувати й надіслати те, що пообіцяли на стенді
Через 48 годин	☐ Зателефонувати контактам A і домовитися про наступну зустріч
Через 7 днів	☐ Подальший контакт із B і C ☐ Перший підсумок: витрати, контакти, зустрічі

Запрошення e-mail лише наявним клієнтам або за згодою (§ 7 UWG). Це не юридична консультація.