

## ШПАРГАЛКА: КАК РАБОТАТЬ С ПОСЕТИТЕЛЕМ



Дайте посетителю проявить интерес и начните разговор с комментария о деталях, которые привлекли его внимание. **Интригующий подход работает лучше прямого предложения.**

УСТАНОВИТЕ  
КОНТАКТ



Располагайте человека так, чтобы он сосредоточился на вашем стенде, а не на окружающем шуме. **Анкеты и раздаточные материалы станут плюсом.**

ЗАВЛАДЕЙТЕ  
ВНИМАНИЕМ



Спросите, что именно интересует посетителя, чтобы точнее подобрать предложение. **Помните, что многие ожидают специальных предложений и скидок.**

УЗНАЙТЕ  
ЦЕЛИ



Говорите коротко и по делу, учитывая особенности аудитории — подход для **дистрибьютора, розничного клиента или сетевой компании** должен отличаться.

ПРЕЗЕНТУЙТЕ  
ПРОДУКТ



Давайте исчерпывающую информацию по продукту и условиям сотрудничества. **Обустройте зону презентаций и переговоров всем необходимым.**

ОТВЕЧАЙТЕ  
НА ВОПРОСЫ



Очень важно уметь установить эмоциональный контакт с посетителем. Лицо должно выражать дружелюбие и интерес, а не апатию или раздражение.

ПРОЯВЛЯЙТЕ  
ЭМОЦИИ



Все дни выставки у вас должны быть в наличии всё, что нужно посетителю: **ручки, планшеты, листовки, подарочные пакеты для партнеров и т.д.**

ОБЕСПЕЧЬТЕ  
КОМФОРТ



Выставка — это только начало. Заложите фундамент будущего диалога, **предложите причину для связи** на языке выгоды. Выходите на связь первым.

ЗАКРЕПИТЕ  
КОНТАКТ



Последний день выставки считается наименее посещаемым. Но статистика показывает, что **68% экспонентов встречают своих клиентов за 30 минут до закрытия выставки.**

ИСПОЛЬЗУЙТЕ  
ВСЁ ВРЕМЯ