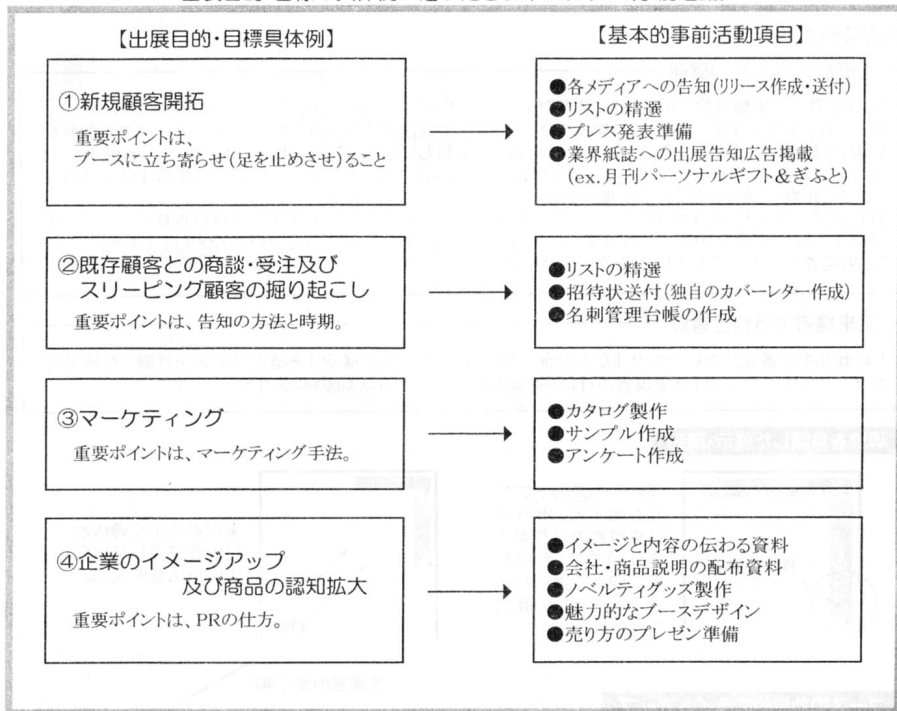


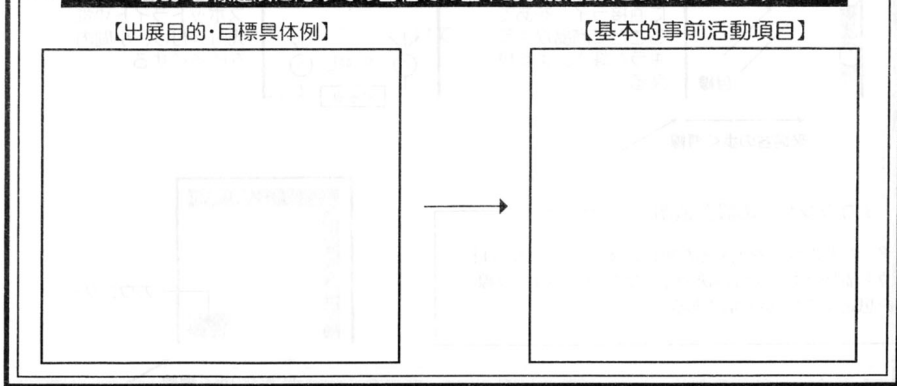
B. 出展目的・目標別ビジネスプラン(事前活動)

出展目的・目標が定まれば、次はそれに応じた活動内容を明確にし、事前準備をしておくことが、より素晴らしい成果を生むことにつながります。下記は前頁で挙げた、「A. 出展目的・目標の具体例」に沿ったビジネスプランです。

出展目的・目標の具体例に沿ったビジネスプラン(事前活動)



目的・目標達成に向けての自社での基本的な事前活動(ビジネスプラン)



II. 展示・演出計画

ギフト・ショーは貴社にとって有効なマーケティングの手段であり、今後取引が見込める優良顧客の宝庫です。「延べ20万人に及ぶ来場者の足をいかに貴社のブースに向けさせるか」。その為にも魅力的なブース作りと、足を止めさせるキッカケ作りに注力していただきたいと申します。貴社の商品をさらにイメージアップさせ、企業イメージを上げる小間内装飾のポイントを以下に記しました。

小間内装飾のポイント

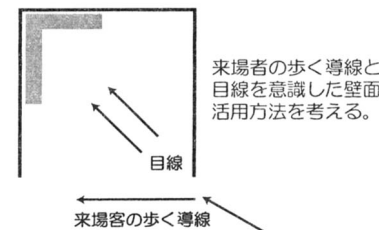
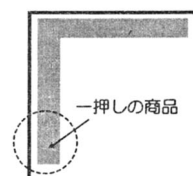
①商談スペースの確保

展示小間での活動目的を明確にし、入りやすいオープンスペースの入り口と十分な商談・接客スペースを取る。展示会場においてお互いに座って話すことは、とても大きな成果をもたらす。座るスペースが取れない場合は、立ったままでの商談となるが、その場合も気持ちにゆとりがもてる程度、体を離して話せるスペースの余裕(45cm:ある統計によれば、これは「Face to Face」で遠からず、近からず、お互い気持ち良く商談ができる距離)であるとのことが必要である。貴社のブースへ入った来場者とのファーストコンタクトに失敗すれば、その来場者を再び貴社のブースへ呼び戻すことは、非常に困難である。「多くの方と直接会えることこそが、展示会の大きなメリットである」のだから、来場者の一人一人を大切に商談に結び付けたい。

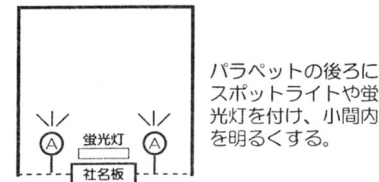
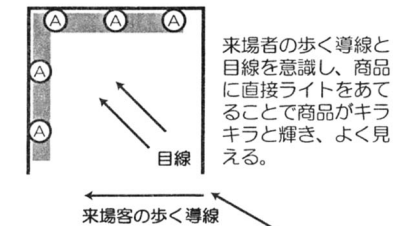
②来場者の目線と導線

どの商品を一番見せたいのか？ またその商品をどこに、どのように展示すべきか？ 導線を意識した効果的なブースのライトアップは？ 来場者の目線と導線をイメージして商品を陳列・ライトアップする。

導線を意識した展示・陳列



ブースの効果的なライトアップ



③カウンターの設置位置

多くの方の名刺を集めるためにはオープンな入り口と立ち寄りやすい受付が決め手となる。人の流れ(導線)を想定することが大切である。

