



「展示会出展」の上手な活用

成果を導き出す10のポイント
～出展準備編～

中小企業活力向上ネクストオンラインセミナー
販路開拓分野

中小企業活力向上プロジェクトネクスト実行委員会事務局



ポイント4-1 出展前のアプローチ

- ・ 展示会出展の告知。

自社ホームページに記事掲載

- ・ ランディングページ
- ・ 商談申込書

プレスリリースの活用

- ・ 出展の目的
- ・ 問い合わせ先

広告出稿

- ・ 業界誌や業界新聞
- ・ 展示会冊子



ポイント4-2 出展前のアプローチ

- 既存顧客と見込顧客のリストを作って招待状を送る。

見込顧客リストの作り方

1. 以前の展示会で得た顧客情報
2. 自社ホームページに問い合わせのあった顧客情報
3. 資料請求のあった顧客情報
4. メールマガジンの登録情報
5. 狙う業界の法人リストの作成や購入

商談申込書は必ず同封！！





ポイント4-3 出展前のアプローチ

- 商談のアポイントメントを取る。

商談を作ることで得られる効果

1. 顧客の今の悩みや課題を聞き出すきっかけになる
2. 商談があるとブースが活気づく





ポイント5-1 ブースの設計・準備

・デザインや演出の工夫

ターゲットに見つけてもらう工夫

ブースの位置 を確認

- ・ 来場者の動線を意識したレイアウト

ブースカラー

- ・ 壁まわり
- ・ 展示台

出展物の配置

- ・ 立体的な配置
- ・ アンカーポイントの配置

ツールの活用

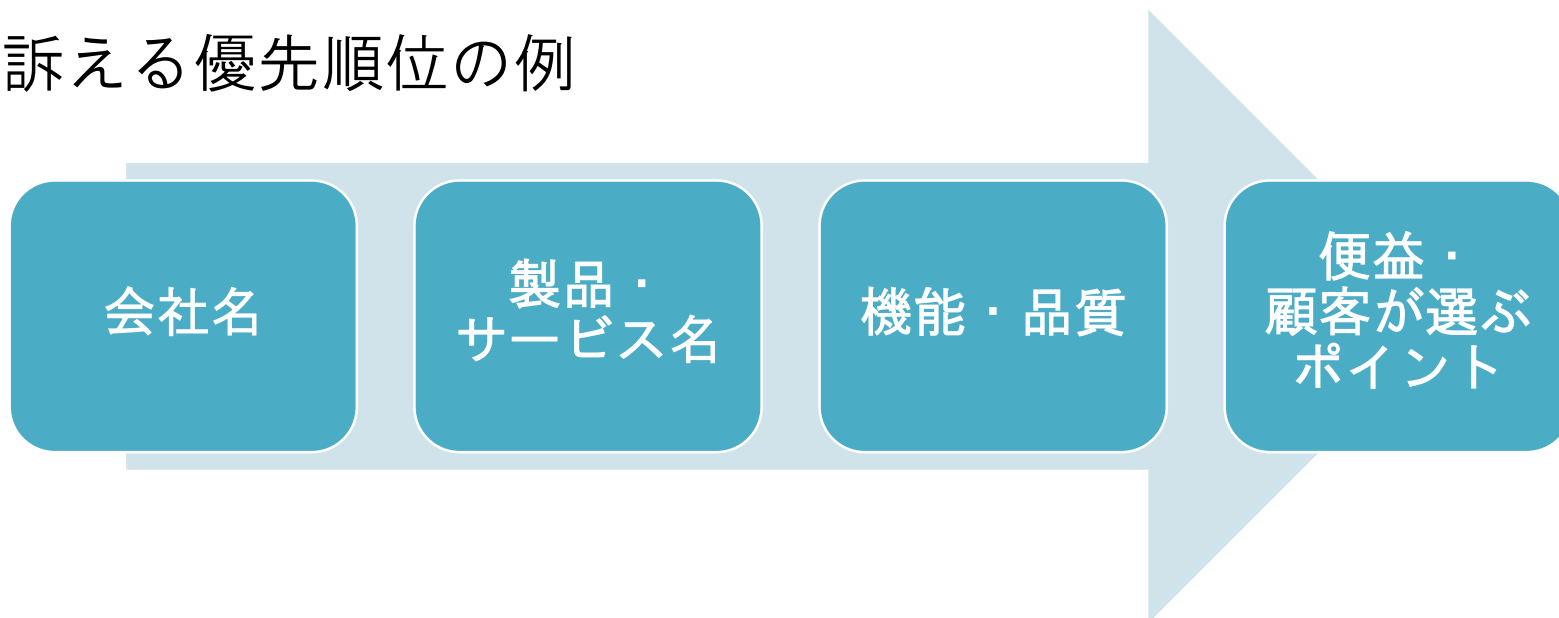
- ・ のぼり
- ・ そろいのユニフォーム



ポイント5-2 ブースの設計・準備

- 見つけてもらって選ばれるには

訴える優先順位の例

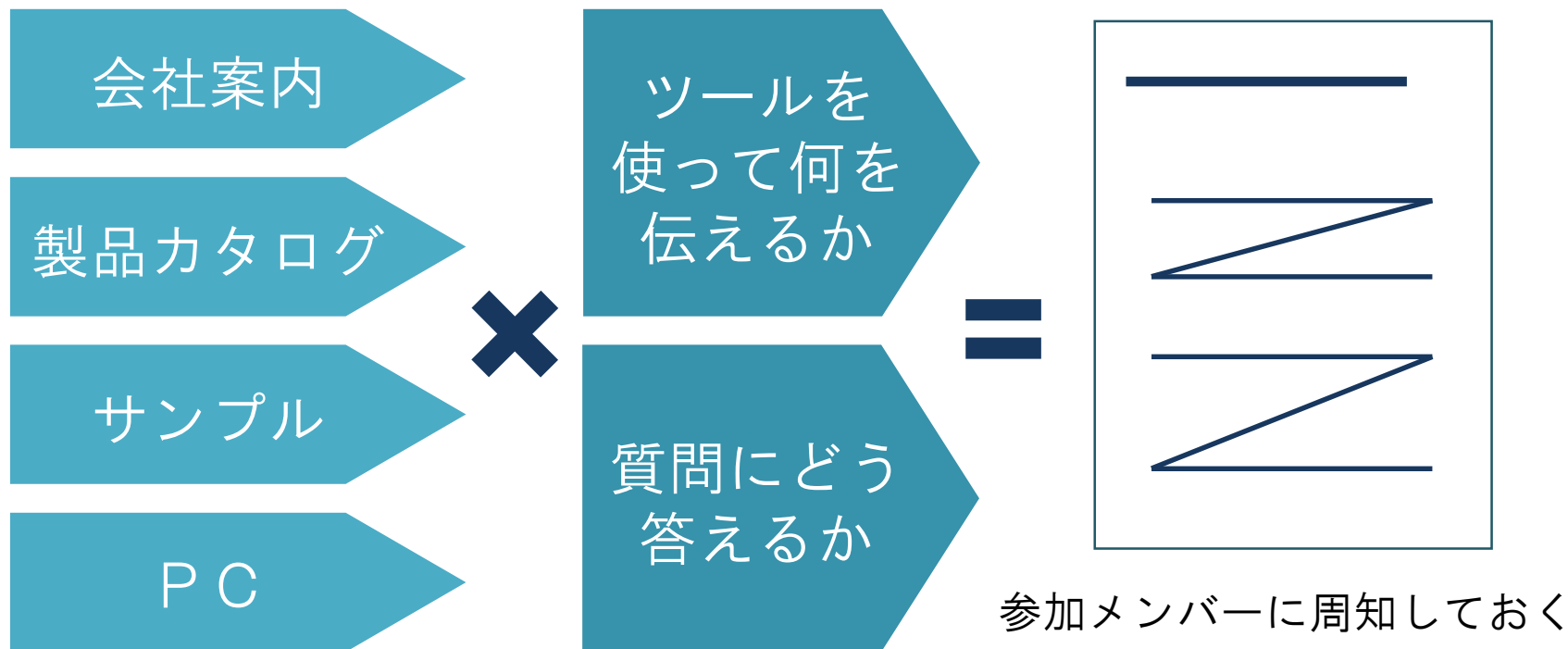


来場者は企業を探しに来ているのではなく問題や課題を解決するツールを探しに来ている



ポイント6 トークスクリプト(台本)を作る

- 来場者に説明するポイントを整理





ポイント7-1 ツールの整備

- 名刺交換した時のツール

顧客管理カード

商談の優先順位をするためのランク分けの記入欄を用意する

アンケートなども用意して顧客の課題を把握する

展示会名： _____ 日時（ _____ ）

名刺添付 番号ナキス	見込みランク			
	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
対応者				
お客様分類				
<input type="checkbox"/> 主催者（業種： <input type="checkbox"/> 外 <input type="checkbox"/> 資 <input type="checkbox"/> 障 <input type="checkbox"/> VSP） <input type="checkbox"/> 出展者 <input type="checkbox"/> その他（ _____ ）				
お客様の目的				
<input type="checkbox"/> 仕入先探索 <input type="checkbox"/> 販売先探索 <input type="checkbox"/> 両方 <input type="checkbox"/> その他（ _____ ）				
お客様の興味				
<input type="checkbox"/> 展示品エリア <input type="checkbox"/> 接客品エリア <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> その他（ _____ ）				
結果				
<input type="checkbox"/> 成約 <input type="checkbox"/> アポイントメント日時 _____ <input type="checkbox"/> その他 _____				
次回アクション				



ポイント7-2 ツールの整備

- 使用するパネルやチラシなどのツールも準備

会社案内やチラシ

製品カタログ

展示パネル

説明用のパソコンなど



展示会出展を機
に最新のものに
更新する



ポイント7-3 ツールの整備

• その他準備しておきたいこと

- ✓名刺は十分に用意
- ✓文房具など消耗品一式
- ✓受付用名刺ボックス(貴名受)
- ✓カタログラック
- ✓ゴミ袋
- ✓返送用段ボール
- ✓撮影用カメラ(スマホでもOK)
- ✓ブース用備品・消耗品リスト

など





まとめ

- ① 告知とアプローチで商談を作る
- ② ターゲットに見つけてもらう工夫をする
- ③ ツールの準備は入念に行う