



ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

# ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

Οδηγίες-συμβουλές και μυστικά  
για βέλτιστα αποτελέσματα

# Περιεχόμενα

Εισαγωγή	03
Γιατί να συμμετάσχετε; Ευκαιρίες και οφέλη	04-07
Επιλέξτε την κατάλληλη έκθεση/αποστολή	08-11
Πριν τη συμμετοχή σας: Προετοιμασία και tips	12-17
Κατά τη διάρκεια της συμμετοχής	18-19
Μετά την εκδήλωση	20-21
Απολογισμός	22
Checklist αντί επιλόγου	22

**ΕΝΙΣΧΥΟΥΜΕ** την  
**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**  
**ΔΙΝΟΥΜΕ ΩΘΗΣΗ**  
**ΣΤΗΝ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ**

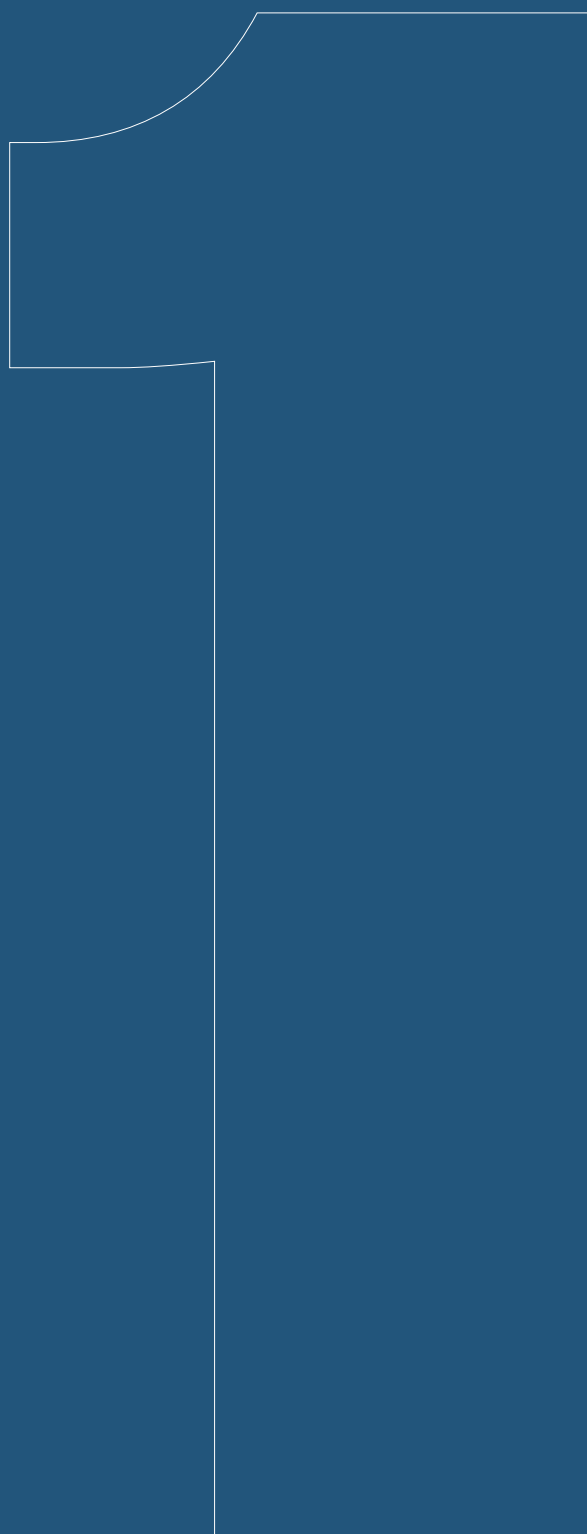


# Εισαγωγή

Το Έργο Υπηρεσίες Στήριξης Επιχειρήσεων Δυτικής Αθήνας μέσω της πλατφόρμας Business4Extroversion ([www.business4extroversion.gr](http://www.business4extroversion.gr)) προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες σε φυσική και ηλεκτρονική μορφή με στόχο την αναβάθμιση των ελληνικών επιχειρήσεων σε ζητήματα εξωστρέφειας, συνεργασιών, ενίσχυσης της θέσης τους και προβολής των προϊόντων/υπηρεσιών τους σε διεθνές επίπεδο. Προτεραιότητα μας η αναβάθμιση, στήριξη και διάχυση της Επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων στη Δυτική Αθήνα. Στο πλαίσιο αυτό διοργανώνονται επιχειρηματικές αποστολές σε Εκθέσεις σε αναγνωρισμένες και δημοφιλείς εκθέσεις ή και επιχειρηματικά συνέδρια στην Ελλάδα, στην Ευρώπη και διεθνώς.

Οι υπηρεσίες προετοιμασίας, οργάνωσης και διάχυσης των αποτελεσμάτων στο πλαίσιο των επιχειρηματικών αποστολών καλούνται να εξυπηρετήσουν τις επωφελούμενες επιχειρήσεις δίνοντας ώθηση στους βασικούς τομείς λειτουργίας μιας επιχείρησης : α) εμπορικός τομέας, β) τομέας έρευνας και ανάπτυξης γ) παραγωγικός τομέας.

Οι επιχειρηματικές αποστολές και η συμμετοχή σε εκθέσεις του εξωτερικού αποτελούν ένα πολύτιμο εργαλείο εξωστρέφειας, διευκολύνοντας τις επιχειρήσεις να διεθνοποιηθούν σε νέες αγορές, να ενισχύσουν τη δικτύωσή τους, να πραγματοποιήσουν επαφές με δυνητικούς πελάτες και συνεργάτες και να κλείσουν σημαντικές συμφωνίες για τις δραστηριότητές τους. Στόχος των αποστολών είναι να αξιοποιηθούν με τον καλύτερο τρόπο οι επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται στον τομέα των εξαγωγών και προσβλέπει στη σύναψη συμφωνιών με αντίστοιχους τοπικούς εισαγωγικούς οίκους. Η διοργάνωση θα μπορεί να γίνεται και σε συνεργασία με τα αρμόδια γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων των Ελληνικών Πρεσβειών.



Γιατί να  
συμμετάσχετε;

Ευκαιρίες  
και οφέλη







## Γιατί να συμμετάσχετε; Ευκαιρίες και οφέλη

Οι επιχειρηματικές εκδηλώσεις, αποστολές και εκθέσεις, αποτελούν ένα δημοφιλές εργαλείο marketing για τις επιχειρήσεις, γιατί σας επιτρέπουν να αλληλεπιδράσετε στοχευμένα με το κοινό που σας ενδιαφέρει και να διερευνήσετε εν δυνάμει συνεργασίες. Πιο συγκεκριμένα, προσφέρουν άμεση επαφή με τους δυνητικούς πελάτες σας, με σχετικά μικρό κόστος, μεγάλη διασπορά και άμεσα αποτελέσματα, όπως:

- Αύξηση πωλήσεων σε υφιστάμενους ή εν δυνάμει πελάτες.
- Ισχυροποίηση των σχέσεων με υφιστάμενους πελάτες.
- Προώθηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
- Τεστάρισμα νέων προϊόντων και υπηρεσιών και αξιολόγηση της απήχυσής τους στην αγορά.
- Άνοιγμα νέων αγορών– Εξαγωγές.
- Ενίσχυση του brand σας και αναγνωρισιμότητα της επιχείρησής σας.
- Συγκέντρωση leads.
- Πωλήσεις σε άλλους εκθέτες.
- Ανάπτυξη του δικτύου σας με άλλες ΜμΕ και εταιρίες της αγοράς σας.

# Επιχειρηματικές αποστολές και ευκαιρίες

Η συμμετοχή σας σε μία επιχειρηματική αποστολή, επίσης, σας δίνει τη δυνατότητα:

- ✓ Να συμμετάσχετε σε στοχευμένες συναντήσεις B2B με τοπικές εταιρείες εισαγωγής, διανομής, αντιπροσώπευσης, κλπ.
- ✓ Να πραγματοποιήσετε προκαθορισμένες συναντήσεις με τις κατάλληλες επιχειρήσεις.
- ✓ Να διερευνήσετε δυνατότητες συνεργασίας.
- ✓ Να ενημερωθείτε για τον ανταγωνισμό και τις συνθήκες της αγοράς.

## Εν συντομία

Τα Business Events, επιχειρηματικές αποστολές και εκθέσεις, αποτελούν:

- Μία διεθνή αγορά για αγοραστές και πωλητές, προκειμένου να γνωριστούν, να κλείσουν συμφωνίες και να πραγματοποιήσουν πωλήσεις.
- Ένα forum ενίσχυσης του προφίλ μίας επιχείρησης και διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό της.
- Ένα υψηλής απόδοσης εργαλείο marketing για το λανσάρισμα νέων και την προώθηση υπάρχοντων προϊόντων και υπηρεσιών.
- Μία εξαιρετική ευκαιρία δικτύωσης, ανεύρεσης νέων πελατών και απόκτησης νέων leads.
- Ένα σημείο εύρεσης νέων επενδυτικών ευκαιριών.
- Έναν αποδοτικό τρόπο διενέργειας έρευνας αγοράς και εκμάθησης των τάσεων της βιομηχανίας.



## Είδη business events:

Επιχειρηματικές αποστολές, εκδηλώσεις, εκθέσεις  
Οι σημαντικότερες επιχειρηματικές εκδηλώσεις αφορούν σε: Εμπορικές εκθέσεις, γενικές-πολυκλαδικές εκθέσεις, κλαδικές εκθέσεις, εκθέσεις τύπου partenariat, επιχειρηματικές αποστολές - B2B συναντήσεις, ηλεκτρονικές εκθέσεις.





# Επιλέξτε την κατάλληλη έκθεση/ αποστολή



# Επιλέξτε την κατάλληλη έκθεση/αποστολή

Η σωστή στόχευση και επιλογή της κατάλληλης επιχειρηματικής εκδήλωσης που ταιριάζει με το προϊόν και την επιχείρησή σας και το business plan σας, σε συνδυασμό με το budget που χρειάζεται, αποτελεί βασικό προπαρασκευαστικό βήμα, πριν αποφασίσετε να επενδύσετε στην εξωστρέφειά της.

## Τα βήματα που χρειάζεται να ακολουθήσετε:

### 01 Βρείτε και εξετάστε τα business events που λαμβάνουν χώρα

- Αναζητήστε και ενημερωθείτε για εκδηλώσεις που σχετίζονται με την αγορά και την επιχείρησή σας.
- Αξιολογήστε και επιλέξτε ανάλογα με τη σημαντικότητα, την εμπέλεια και τη διαχρονικότητά της.
- Παρακολουθήστε εκδηλώσεις ως επισκέπτης ώστε να δείτε τη μορφή, το στήσιμο και το κοινό τους.
- Επικοινωνήστε με συνδέσμους για πληροφορίες και συμβουλές που ταιριάζουν και μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρησή σας.
- Ρωτήστε τους συνεργάτες και τους προμηθευτές σας και αναζητήστε feedback για το τι λειτουργεί και τι όχι.

### 02 Γνωρίστε το κοινό σας

- Κάντε έρευνα στους πελάτες σας ώστε να βρείτε τον κατάλληλο τρόπο να προβάλλετε τις υπηρεσίες και τα προϊόντα σας.
- Αναζητήστε πληροφορίες για το είδος των events που ενδιαφέρει και παρακολουθεί το κοινό-στόχος σας.
- Κατανοήστε το πώς τα events επηρεάζουν τις αποφάσεις των πελατών της αγοράς σας.
- Διασφαλίστε ότι η εκδήλωση και η δική σας παρουσία καλύπτει τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών σας.

### 03 Ορίστε σαφείς στόχους

Όσο πιο σαφείς είναι οι επιχειρηματικοί και εξαγωγικοί σας στόχοι τόσο πιο εύκολο είναι να αποφασίσετε την κατάλληλη για εσάς εκδήλωση.

#### Ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν στην απόφασή σας:

- Είναι το προϊόν μου έτοιμο να εισέλθει στη νέα αγορά;
- Ποιοι είναι οι στόχοι μου από τη συμμετοχή μου στην αποστολή;
- Ποιο είναι το κοινό και η αγορά-στόχος μου;
- Πώς αυτή η αποστολή θα λειτουργήσει συμπληρωματικά και υποστηρικτικά με τη στρατηγική εξαγωγών μου;
- Διαθέτω τους απαραίτητους πόρους; (ανθρώπους, κονδύλι, χρόνο, δέσμευση).
- Έχω τη δυνατότητα να κάνω follow up σε νέες επαφές-leads;

Το επόμενο βήμα είναι η κατάρτιση μίας marketing στρατηγικής για την προώθηση της συμμετοχής σας πριν και κατά τη διάρκεια του event. Με αυτόν τον τρόπο θα είστε σε θέση να ενισχύσετε το προφίλ σας και να διαφοροποιηθείτε από τον ανταγωνισμό σας, δίνοντας στους επισκέπτες λόγο να επισκεφτούν το booth σας και να προχωρήσουν σε συνεργασία μαζί σας.

- Ορίστε προσεκτικά το πρόγραμμά σας, ώστε να έχετε επαρκή χρόνο και budget για να πραγματοποιήσετε όσα χρειάζεστε.
- Προωθήστε τη συμμετοχή σας, μέσω των digital καναλιών σας, όπως website, social media και email marketing.
- Επικοινωνήστε και προσκαλέστε επιδραστικούς πελάτες ή δυνητικούς πελάτες, μέσω τηλεφώνου, email, social media ή/και επιστολής.
- Πάρτε προσφορά για το περίπερό σας, ώστε να δημιουργήσετε ένα booth που θα σας ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό.
- Σιγουρευτείτε ότι είναι σε ευθυγράμμιση με το προωθητικό και το marketing υλικό σας.
- Σκεφτείτε και οργανώστε κίνητρα, δώρα ή άλλες δράσεις εντός του booth σας, ώστε να προσελκύσετε το κοινό σας.
- Σκεφτείτε τρόπους να αποκτήσετε leads, να συγκεντρώσετε πληροφορίες για τους πελάτες σας και να πάρετε feedback.
- Αφιερώστε χρόνο για να ορίσετε ποιο θέλετε να είναι το αφήγημά σας.
- Ενημερώστε και εκπαιδεύστε το προσωπικό σας, ώστε να έχουν τις κατάλληλες απαντήσεις στα ερωτήματα και αιτήματα των υποψήφιων πελάτων σας.
- Ορίστε μία εύκολη διαδικασία πώλησης, σε περίπτωση που είναι εφικτή η πώληση στο πλαίσιο της εκδήλωσης.



Επικοινωνήστε τη συμμετοχή σας, μέσα από τα κατάλληλα εργαλεία marketing όπως:

Direct marketing, Ατομικές συναντήσεις, Διαφήμιση στους καταλόγους της έκθεσης, Επένδυση σε ενέργειες PR, Marketing και χορηγίες σε παράλληλες εκδηλώσεις της έκθεσης, Social media.





A blurred, blue-tinted photograph of a busy office or conference room. Several people in business attire are visible, some standing and talking, others walking. The image is overlaid with a dark blue diagonal band that runs from the top left towards the bottom right. On the far left, there is a vertical orange bar.

# Πριν τη συμμετοχή σας: Προετοιμασία και tips



# Πριν τη συμμετοχή σας:

## Προετοιμασία και tips

Η ενέργεια και ο χρόνος που αφιερώνετε στην προετοιμασία της συμμετοχής σας μπορεί να επηρεάσει άμεσα την επιτυχή έκβαση της συμμετοχής σας.

01

### Καταρτίστε Προϋπολογισμό

Τα έξοδα αφορούν στα μεταφορικά, το κόστος διαμονής, την ενοικίαση και το σχεδιασμό του περιπτέρου, το προωθητικό και διαφημιστικό υλικό, τα συστήματα προβολής, την απόκτηση του λοιπού εξοπλισμού κ.ά.

Συνήθως, το budget, κατανέμεται κατά προσέγγιση ως εξής: 10% στο marketing, 55% στο ενοίκιο, τη διακόσμηση και τη λειτουργία του περιπτέρου, 15% σε μετακίνηση και διαμονή, 12% σε έντυπο και προωθητικό υλικό, 5% σε έρευνα, follow up και αξιολόγηση και 3% σε λοιπά έξοδα.

02

### Ορίστε μετρήσιμους στόχους για τη συμμετοχή σας

Είναι σημαντικό να κατανοήσετε ότι μία επιχειρηματική εκδήλωση είναι ένα εργαλείο marketing που χρειάζεται να ενσωματωθεί στη συνολική στρατηγική σας, ώστε να επιτύχετε αποτελέσματα. Για παράδειγμα, η εταιρεία σας μπορεί να πουλάει 100 διαφορετικά προϊόντα, ωστόσο μπορεί να επιλέξετε τα 10 που θα προορίσετε για τη συμμετοχή σας στις αποστολές και για την ανάπτυξη των πωλήσεών σας.

Η επιλογή των ειδών/προϊόντων που θα παρουσιάσετε, δειγματίσετε ή συζητήσετε με εν δυνάμει πελάτες καθιστά πιο στοχευμένη τη συμμετοχή σας, άρα και πιο επιτυχημένη.

03

### Ενημερώστε τους πελάτες σας

Καθώς προετοιμάζετε τη συμμετοχή σας, θα χρειαστεί να επικοινωνήσετε με τους υπάρχοντες και τους δυνητικούς πελάτες σας.

- Επικοινωνήστε με τους υπάρχοντες συνεργάτες της επιχείρησής σας. Χρησιμοποιήστε την παρουσία σας εκεί, όχι μόνο για τη δημιουργία νέων συνεργατών, αλλά και για την ισχυροποίηση των υπάρχουσών συνεργασιών σας.
- Ενημερώστε τους υποψήφιους πελάτες σας για τη συμμετοχή σας. Αξιοποιήστε τη συμμετοχή σας ως εργαλείο για να έρθετε για πρώτη φορά σε επαφή με το επιθυμητό κοινό-στόχος σας.
- Μία καλή ιδέα τέλος είναι να οργανώσετε και να κλείσετε τις συναντήσεις σας πριν την έκθεση, αν είναι εφικτό, για να αξιοποιήσετε καλύτερα τον χρόνο σας.

04

### Προετοιμάστε εγκαίρως το προωθητικό σας υλικό

Τα υλικά επικοινωνίας που θα διανέμετε στο πλαίσιο της συμμετοχής σας είναι εξαιρετικής σημασίας για την προβολή του brand σας και την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητάς του, αλλά και τρόπος για να ξεχωρίσετε έναντι του ανταγωνισμού.



# Τα προωθητικά υλικά που θα χρειαστείτε:

1. Επαγγελματικός Κατάλογος: Πολυσέλιδο διαφημιστικό που παρουσιάζει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας. Εκτυπωμένο σε μία ή περισσότερες γλώσσες, ιδανικά και στη γλώσσα της χώρας που φιλοξενείται η εκδήλωση.
2. Διαφημιστικό Φυλλάδιο: Μονόφυλλο διαφημιστικό που παρουσιάζει μεμονωμένα προϊόντα και υπηρεσίες. Τοποθετείται κοντά στο έκθεμα που περιγράφουν.
3. Επαγγελματικές Κάρτες.
4. Folders & εταιρικοί φάκελοι.
5. Επιστολόχαρτα.
6. Μουσαμάδες και αυτοκόλλητα: Χρησιμοποιούνται για τη διακόσμηση των τοίχων του περιπτέρου σας και προβάλλουν το brand και τα προϊόντα σας.
7. Roll Up Banners.
8. Εταιρικές σημαίες.
9. Επιχειρηματικά δώρα, όπως κούπες, στυλό, μαγνητάκια, με το brand σας.
10. Φόρμες για το Follow Up των επαφών σας.



# Σχεδιάστε το booth σας

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι να δώσετε σημασία στη λεπτομέρεια της παρουσίας σας ώστε να ξεχωρίσετε έναντι του ανταγωνισμού.

- Ένα από τα πιο σημαντικά θέματα είναι η θέση του περιπτέρου. Προνομιακές θεωρούνται οι θέσεις που είναι δεξιά ή στο κέντρο, κοντά σε σκάλες, εισόδους, εξόδους και σημεία όπου συνωστίζονται οι επισκέπτες.
- Αποφύγετε θέσεις που έχουν χαμηλά ταβάνια, έχουν κοιλώνες, έχουν κακό φωτισμό και βρίσκονται σε τυφλά σημεία ή είναι κοντά στο εστιατόριο.
- Ο χώρος σας θα πρέπει να είναι απλός αλλά ελκυστικός, να είναι διακοσμημένος με ουδέτερα χρώματα, μοντέρνα έπιπλα και να διαθέτει καλό και στρατηγικά επιλεγμένο φωτισμό.
- Το περίπτερο πρέπει να παρουσιάζει τα τεχνικά και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των εκθεμάτων.
- Για να είναι ευδιάκριτο το brand χρησιμοποιήστε πρόσθετα μέσα παρουσίασης όπως συστήματα προβολής, μοντέλα, γραφήματα, βίντεο, ζωντανές παρουσιάσεις και άλλα οπτικοακουστικά μέσα.
- Γίνετε δημιουργικοί με την διακόσμηση και τα γραφικά του περιπτέρου.
- Τα εκθέματα πρέπει να έχουν ευδιάκριτη παρουσίαση, να συνοδεύονται από αντίστοιχο πληροφοριακό υλικό και εάν είναι δυνατόν να είναι σε κίνηση ή λειτουργία.

## Tips για τον σχεδιασμό του booth

Αποφύγετε τα περίπλοκα displays. Να έχετε διακριτά σημεία τα οποία να είναι ελκυστικά ώστε να προσελκύουν σε λίγα δευτερόλεπτα τους περαστικούς.

- Τα περίπτερα και τα booths θα πρέπει να είναι φιλικά προς τους επισκέπτες. Αποφύγετε τους πάγκους και τα displays που κρύβουν τα backdrops και συνήθως αποθαρρύνουν τους επισκέπτες από το να εισέλθουν στο booth.
- Η παρουσία σας θα πρέπει να επικοινωνεί το πνεύμα και τη φιλοσοφία της επιχείρησής σας. Αντίστοιχα, αν συμμετέχετε στο εθνικό περίπτερο της Ελλάδας, η εικόνα σας θα πρέπει να ταιριάζει με τη συνολική εικόνα και τη φήμη της χώρας.
- Χρησιμοποιήστε έντονα χρώματα σε displays που λειτουργούν σε συνάφεια με το συνολικό look and feel του περιπτέρου, αλλά έχετε υπόψιν σας ότι το μάτι έλκεται από λιγότερο «επιθετικά» χρώματα, επομένως κρατήστε μία ισορροπία.





## Εκπαίδευση προσωπικού

Εξαιρετικής σημασίας είναι, επίσης, η εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού που θα στελεχώνει το booth σας.

Όσον αφορά στη λεκτική επικοινωνία με τους δυνητικούς πελάτες σας, είναι καλύτερο να αποφύγετε να φαίνεται ότι ακολουθούν ένα σενάριο, ωστόσο διασφαλίστε ότι έχουν σαφείς οδηγίες ως προς τη συμπεριφορά τους και τον διάλογο που θα έχουν με τους επισκέπτες.

- Αναπτύξτε σενάρια ερωτήσεων ώστε να είναι σε θέση να καταλάβουν ποιοι είναι δυνητικοί πελάτες.
- Το προσωπικό σας θα πρέπει να είναι σε θέση όχι μόνο να απαντά σε βασικές ερωτήσεις για τον προϊόν και την υπηρεσία σας, αλλά και για τη δυναμική της εταιρείας σας, τους εξαγωγικούς της στόχους κ.λπ.
- Επίσης, διασφαλίστε ότι το προσωπικό έχει επαγγελματική αμφίεση και είναι φιλικό και προσιτό στους επισκέπτες.
- Ταυτόχρονα, θα πρέπει να μιλούν σωστά αγγλικά. Ωστόσο, ίσως χρειαστείτε και έναν μεταφραστή, καθώς ορισμένοι πελάτες θέλουν να κάνουν business στη γλώσσα τους.
- Διασφαλίστε ότι το προσωπικό έχει επαγγελματικές κάρτες και προωθητικό υλικό, ώστε να το δίνουν στους επισκέπτες του booth σας, αν κρίνουν ότι είναι το κοινό που σας ενδιαφέρει.
- Ποτέ μην αφήνετε κενό το περίπτερό σας. Πάντα θα πρέπει να είναι κάποιος παρών.

4

# Κατά τη διάρκεια της συμμετοχής



# Κατά τη διάρκεια της συμμετοχής

Στήσιμο της παρουσίας σας και γλώσσα επικοινωνίας Εξαιρετικά σημαντική είναι η τοποθέτησή σας στο πλαίσιο της εκδήλωσης και οι επαφές που θα πραγματοποιήσετε κατά τη διάρκειά της.

## Συγκεκριμένα, στο Booth σας:

- Φροντίστε να προσελκύσετε επισκέπτες, μέσω displays που προωθούν ξεκάθαρα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας.
- Πραγματοποιήστε ουσιαστικές συζητήσεις με τους επισκέπτες του περιπέτρου σας- κρατήστε οπτική επαφή και χαμογελάστε.
- Αποφύγετε τακτικές πώλησης που είναι πιεστικές και επιθετικές.
- Δημιουργήστε μία ευχάριστη εμπειρία αλληλεπίδρασης.
- Εξετάστε το ενδεχόμενο να συμμετάσχετε σε συζητήσεις, παρουσιάσεις ή επιδείξεις που είναι μέρος του επίσημου προγράμματος της εκδήλωσης.

## Διαχείριση επαφών

Η συμμετοχή θα σας πρέπει να έχει συγκεκριμένους στόχους όσον αφορά στις επαφές σας, ώστε να αυξήσετε την πιθανότητα να γνωρίσετε επισκέπτες που ενδιαφέρονται για τα προϊόντα σας. Μόλις τους στοχεύσετε, θα χρειαστεί να κάνετε επαφές κατ' ιδίαν και για τον λόγο αυτό, θα πρέπει να ορίσετε μία διαδικασία καταγραφής των επαφών (πχ. με καταγραφή επαγγελματικών καρτών, με γραπτές ή/και ηλεκτρονικές σημειώσεις).

- Το προσωπικό σας μπορεί να χωρίσει τις επαφές σε κατηγορίες ανάλογα με τη σπουδαιότητα και την προοπτική τους, ώστε να βάλετε προτεραιότητες στο follow up σας.
- Αποφασίστε μία κοινή μέθοδο όσον αφορά στο follow-up και μοιραστείτε τη με το προσωπικό.

### Για τη διαδικασία follow up θα χρειαστεί να φτιάξετε μία φόρμα όπου θα καταγράφετε:

- Τα πλήρη στοιχεία επικοινωνίας.
- Θέση και ιδιότητα του επισκέπτη.
- Αντικείμενο επισκέπτη.
- Ενδιαφέρον επισκέπτη.
- Σχόλια.
- Πληροφορίες για ποσότητα/ποιότητα/ χρόνο παράδοσης/προδιαγραφές.

## Networking tips

Να έχετε τις πληροφορίες της εταιρείας σας και τα στοιχεία επαφών εύκαιρα, όπως για παράδειγμα με επαγγελματική κάρτα ή QR codes.

- Πριν προσεγγίσετε τις επαφές σας, να έχετε προετοιμαστεί κατάλληλα. Κάντε το πρώτο βήμα. Συστηθείτε. Αναπτύξτε ένα «elevator pitch» ή μία εισαγωγή που θα υπογραμμίζει τις βασικές πληροφορίες για την επιχείρησή ή/και το προϊόν σας.
- Αν το προσωπικό σας χρειάζεται να καθίσει, να έχετε εξασφαλίσει stools αντί για καρέκλες, ώστε να μπορούν να χαιρετούν τους επισκέπτες από το ύψος του ματιού.
- Αποφύγετε τις κλειστές ερωτήσεις, αν θέλετε να κατανοήσετε τι αναζητούν οι υποψήφιοι πελάτες σας και γιατί σταμάτησαν στο booth σας.
- Η ενεργητική ακοή είναι σημαντική και το προσωπικό σας θα πρέπει να δίνει σημασία στη γλώσσα του σώματος, τη χρήση των λέξεων και τον τόνο της φωνής.

# 5

## Μετά την εκδήλωση



# Μετά την εκδήλωση

Μετά το πέρας μίας αποστολής, είναι εξαιρετική η σημασία του follow up, γιατί στις περισσότερες περιπτώσεις οι εν λόγω εκδηλώσεις αποφέρουν leads και όχι τελικές πωλήσεις. Αν αφήσετε για μεγάλο διάστημα τα leads χωρίς επικοινωνία, είναι πιθανόν να μην εξηλιχθούν σε επιχειρηματικές ευκαιρίες.

## ✓ Σε έναν μήνα

Ένα follow-up σε περίοδο 30 ημερών βοηθάει ώστε η επιχείρησή σας να δρέψει τα βέλτιστα αποτελέσματα από τη συμμετοχή σας- διαφορετικά η προσπάθεια, ο χρόνος και το κονδύλι που επενδύσατε κινδυνεύει να χαθεί.

Το αρχικό follow-up μπορεί να είναι από ένα απλό τηλεφώνημα λίγες μέρες μετά την εκδήλωση, ενώ πιο εντατικό follow-up χρειάζεται σε βάθος ενός μήνα, όπως ευχαριστήριες επιστολές ή e-mails, συναντήσεις κατ' ιδίαν και διανομή δειγμάτων και πληροφοριών.

## ✓ Από 6 μήνες έως 1 χρόνο

Κρατήστε επαφή με τα leads σας, ενημερώνοντάς τους για τα νέα σας προϊόντα, καθώς και με νεότερα για τα υπάρχοντα προϊόντα σας. Επίσης, μπορείτε να δημιουργήσετε ένα newsletter ή περιεχόμενο στα social media σας, για να τους κρατάτε ενήμερους.

Τέλος, αν σκέφτεστε να πάτε σε επόμενη έκθεση, ενημερώστε τα leads σας και μάθετε αν θα είναι κι εκείνοι εκεί, διερευνώντας το ενδεχόμενο να συναντηθείτε.

## Απολογισμός

Αφού ολοκληρωθεί η συμμετοχή σας, χρειάζεται να κάνετε έναν απολογισμό της συμμετοχής σας αλλά και της ίδιας της εκδήλωσης, σε συνεννόηση με το προσωπικό σας, και να αναλύσετε τι πήγε καλά και τι όχι, λαμβάνοντας υπόψη και το feedback από τις επαφές σας.

Το feedback είναι χρήσιμο για να βελτιώσετε κάθε επόμενη συμμετοχή σας. Επίσης, μπορεί να σας βοηθήσει ώστε να επιλέξετε πιο σωστά την επόμενη φορά σε ποια εκδήλωση θα συμμετάσχετε.

Επίσης, χρειάζεται να φτιάξετε ένα ολοκληρωμένο report στο οποίο να καταγράψετε όλα τα κριτήρια που μπορούν να οδηγήσουν σε σωστή αξιολόγηση της συμμετοχής σας, όπως:

- Ποσότητα και ποιότητα των leads που συγκεντρώσατε.
- Πωλήσεις ως αποτέλεσμα της συμμετοχής.
- Ενίσχυση την εταιρικής εικόνας.
- ROI, συσχέτιση δηλαδή της επένδυσης με το αποτέλεσμα.

## Checklist αντί επιλόγου

1. Γνωρίζω ότι το κοινό-στόχος μου θα βρίσκεται στο Business event.
2. Έχω υπολογίσει επαρκή χρόνο και κονδύλι για όλα τα ζητούμενα.
3. Έχω δημιουργήσει KPIs για τη συμμετοχή μου- για παράδειγμα αριθμό επαφών ή τζίρο πωλήσεων.
4. Οι εργαζόμενοί μου μπορούν να εκπροσωπήσουν την επιχείρησή μου με επαγγελματικό τρόπο.
5. Μπορώ να έχω ένα display που να υποστηρίζει το brand μου, ξεχωρίζει και προσελκύει την προσοχή.
6. Έχω οργανώσει το marketing και το προωθητικό υλικό που χρειάζομαι.
7. Έχω αναπτύξει δημιουργικούς τρόπους να παρουσιάσω τα προϊόντα μου και να φέρω νέα leads.
8. Γνωρίζω πώς να δημιουργήσω θετική αλληλεπίδραση και συζήτηση με τους εν δυνάμει πελάτες μου.
9. Γνωρίζω πώς να συγκεντρώσω feedback για να το αξιοποιήσω στις μελλοντικές αποφάσεις μου.







e: [extroversion@asda.gr](mailto:extroversion@asda.gr)  
w: <https://business4extroversion.gr/>



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΑΤΤΙΚΗΣ



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης