

BEURSTIPS BROCHURE



STANDTYPES

De beursorganisator biedt doorgaans verschillende locaties op de beursvloer te huur aan. Bij de bouw van een stand moet u hiermee rekening houden. Iedere locatie vergt een ander soort stand. Wij hebben de verschillende standtypes voor u op een rijtje gezet. We gaan in op de types: tussenstand, hoekstand, kopstand en eilandstand.



TUSSENSTAND

De meest voorkomende stand is een tussenstand. De stand is aan drie zijden afgesloten met wanden en is alleen aan het gangpad open.



HOEKSTAND

Minder vaak voorkomend is de hoekstand. Deze stand is aan twee zijden afgesloten met wanden en aan twee zijden open. Hierdoor heeft u het voordeel van het verkeer van 2 elkaar kruisende gangpaden.



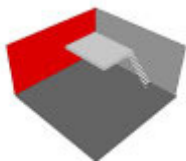
KOPSTAND

De kopstand is slechts aan één zijde afgesloten met een wand, en aan drie zijden open. U heeft het voordeel van het verkeer van 3 gangpaden. Een nadeel kan zijn dat de hoeveelheid wandruimte beperkt is.



EILANDSTAND

De eilandstand is aan vier zijden open. Het verkeer kan dus van alle kanten uw stand benaderen, wat zorgt voor veel exposure. Doordat deze stand geen wanden heeft zult u moeten werken met presentatiemeubelen om uw producten en documentatie te presenteren.



VERDIEPINGSTAND

De verdiepingstand is, zoals de naam al doet vermoeden, een beursstand met daarop een extra verdieping waardoor het standoppervlak wordt vergroot.

Ieder van de hiervoor besproken standtypes kan in principe voorzien worden van een extra verdieping. Informeer echter vooraf altijd naar de voorschriften die de beursorganisator hiervoor hanteert.

STANDBOUW: SYSTEEMBOUW, HOUTBOUW OF COMBINATIE?

Onderstaand de verschillen tussen systeem- en houtstandbouw, en de voor- en nadelen van beide bouwmethodes.

STANDBOUW OP BASIS VAN SYSTEEMBOUW

Bij deze vorm van standbouw wordt de stand opgebouwd uit koppelbare elementen waartussen bijvoorbeeld panelen worden geplaatst. Deze systemen kunnen gemakkelijk worden opgebouwd en opgeborgen, waardoor ze uitermate geschikt zijn voor hergebruik. Wat het ontwerp betreft is men gebonden aan de mogelijkheden van het materiaal, maar veel van deze systemen kennen echter een dusdanig leveringsprogramma dat ook hiermee behoorlijk extreme ontwerpen kunnen worden gemaakt.

VOORDEEL:

- Snel en gemakkelijk op te bouwen en te demonteren. De standbouw is meestal minder arbeidsintensief.

NADELEN:

- Bij deze vorm van standbouw zijn de mogelijkheden qua vorm, kleur en afmeting beperkter.
- De uitstraling, het zal altijd zichtbaar zijn dat het om systeembouw gaat.
- Bevestigen van audio apparatuur en tijdelijke uitingen.
- Beschadigingen en herstelkosten
- Eventuele opslagkosten

STANDBOUW OP BASIS VAN HOUTBOUW

Houtbouw, ook wel conventionele standbouw genoemd, biedt wat ontwerp betreft van alle vormen van standbouw de meeste mogelijkheden. Zowel functionele als artistieke ontwerpen zijn hiermee te verwezenlijken. Vaak is het mogelijk de stand te bouwen in modulevormen zodat (gedeeltelijk) hergebruik mogelijk is. In de werkplaats van het standbouw bedrijf wordt de stand in onderdelen voorbereid. Op locatie worden deze onderdelen geplaatst en afgewerkt.

VOORDELEN:

- Deze vorm van standbouw biedt veel vrijheid in vormen en kleuren van de stand, de opdrachtgever is vrij in zijn creativiteit.
- De stand heeft een unieke communicatieve waarde: er zijn geen 'standaard elementen'.
- Keuze uit een stand bestaande uit huurelementen of een custom made stand.

NADELEN:

- Hogere kosten bij eventuele aanmaak elementen
- Opbouw en demontage is doorgaans meer arbeidsintensief.

STANDBOUW OP BASIS VAN COMBINATIE SYSTEEM- EN HOUTBOUW

Veelal worden de standwanden opgebouwd uit een systeem en wordt de ruimte verder opgevuld met elementen uit houtbouw, afgewerkt in de huiskleur van de exposant. Het omgekeerde gebeurt echter ook: de standwanden worden vervaardigd in houtbouw en de overige items zijn samengesteld uit herbruikbare systeemmaterialen die elke beurs, ongeacht de standafmeting, worden hergebruikt.

BEURSDEELNAME, EVALUATIE EN FOLLOW UP

De evaluatie en follow-up van een beurs bepalen in belangrijke mate het succes van deze en eventuele toekomstige beursdeelnames. Hieronder volgt een aantal tips die u helpen bij een succesvolle beurs en het omgaan met de opgedane contacten tijdens de beurs.

VOORBEREIDING

- Zorg dat er in uw stand een gedegen registratiesysteem aanwezig is om alle contacten vast te leggen. Er zijn verschillende pakketten beschikbaar dus inventariseer welke gegevens u achteraf nodig heeft voor een goede follow-up.
- Zorg dat er voorafgaand aan de beurs al standaardbrieven zijn gemaakt voor de follow-up.
- Zorg dat u goed bent voorbereid door bijvoorbeeld een beurstraining te volgen. Tijdens een beurstraining wordt door middel van simulatie geoefend op gesprekken en onverwachte situaties tijdens de beurs.
- Zorg dat er een vervanger voor u stand-by staat, mocht u om welke reden dan ook niet op de stand kunnen verschijnen.

BEURSDAGEN/ ALGEMEEN

- Zorg dat u voldoende uitgerust en fit bent, zodat u beter presteert.
- Persoonlijke hygiëne is zeer belangrijk. Zorg dat u er representatief uitziet en probeer zaken als roos, slechte adem en transpiratie te vermijden. Neem dan ook altijd deodorant en parfum / aftershave mee, maar zorg dat u het niet overdrijft.
- Draag comfortabele, maar representatieve kleding en schoenen. Een hele dag een stand bezetten is zeer vermoeiend.
- Zorg dat u reservekleding meeneemt (colbert, stropdas, overhemd, panty's), bijvoorbeeld voor het geval u morst.

BEURSDAGEN/ FYSIEKE HOUDING

- Zorg dat u toegankelijk en geïnteresseerd overkomt op bezoekers.
- Maak wisselend oogcontact met de bezoeker, echter nooit langer dan vijf seconden per keer. Wend daarna uw blik even af en maak eventueel opnieuw oogcontact.
- Vermijd de 'cipershouding' (armen over elkaar), dit schrikt bezoekers af.
- Sta open voor bezoekers en blijf niet bij uw collega's plakken (spreiden over de stand)
- Zorg dat u herkenbaar bent als zijnde standbemanning. Kijk dus goed om u heen of u iemand van dienst kunt zijn. De herkenbaarheid is eventueel te vergroten door uniforme kleding of badges te dragen.
- Ook al is het rustig op de stand / beurs, ga niet zitten, samenscholen met uw collega's of uw krant lezen.
- Achtervolg of 'bespring' uw bezoekers niet.
- Zorg dat de stand altijd voldoende bemand is (ga dus niet dwalen). Spreek af wanneer u uw beursronde kunt doen.

BEURSDAGEN/ VERBAAL

- Beursstands worden meestal bemand door sales-/accountmanagers. Zij zijn immers bedreven in het presenteren van de producten en/of diensten van het bedrijf. Toch vereist het presenteren op een beurs heel andere vaardigheden dan een 1-op-1 verkoopgesprek. Waar u in een persoonlijk verkoopgesprek de tijd en privacy heeft, zult u op een beurs te maken krijgen met tijdsdruk en een druk bezochte stand. Er zijn veel verschillende 'soorten' bezoekers die allemaal om een eigen aanpak vragen. Zorg er dus voor dat ook de standbemanning een gemeleerd gezelschap is met bijpassende doelstellingen, zodat met elke bezoekerssoort een succesvol gesprek kan worden gevoerd. Hierover meer in een van de andere tips op deze website.
- Vermijd de zin "Kan ik u helpen?" Er zijn originelere manieren om met een bezoeker in gesprek te komen. Kijk bijvoorbeeld of de persoon in kwestie een badge draagt zodat u hem of haar persoonlijk kunt benaderen (op basis van naam of bedrijf).

- Stel open vragen. Op deze manier krijgt u in korte tijd veel informatie en kunt inschatten in welke mate deze persoon zakelijk interessant is. Antwoord zelf to-the-point.
- Waak voor (langdurige) gesprekken met personen die uiteindelijk toch niets opleveren, zoals mensen met klachten, collega's, concurrenten en klaplopers. Als het toch belangrijk is kunt u het beste een vervolgspraak maken.
- Zorg dat uw mobiele telefoon altijd uitstaat. U kunt altijd tussendoor in een afgesloten ruimte uw voicemail beluisteren.
- Laat de bezoeker zoveel mogelijk vertellen. Op basis van zijn of haar informatie kunt u afwegen in welke mate deze persoon interessant is (lead, cold prospect, hot prospect, et cetera). Daarnaast kunt u op basis van zijn of haar verhaal afwegen hoe u uw verkoopgesprek gaat aanpakken. Wellicht kunt u inspringen op bepaalde concrete vragen die zich voordoen bij het bedrijf van bezoeker.
- Maak na ieder gesprek (indien mogelijk) een notitie. Aan de hand van de notitie kunt u later bepalen welke vorm van follow up en informatie er gewenst is. Vraag de prospect altijd om een visitekaartje en geef hem of haar ook uw visitekaartje. Vraag op welke wijze en wanneer hij of zij het liefst wordt benaderd, vermeldt dit in uw notitie. Vermeld tevens de status: een lead, cold prospect of warm prospect en eventuele bijzonderheden zoals: hobby, klacht bestaande leverancier etc.
- Bij een meerdaagse beurs is het wellicht raadzaam om eventuele prospectgegevens tussentijds terug te koppelen naar uw kantoor. Er kan eventueel direct actie worden ondernomen.
- Na afloop van de beursdag even kort de dag met de standbemanning evalueren. Kijk wat er fout ging, wat er goed ging en hoe de volgende dag eventueel verbetering kan worden aangebracht.

DE BEURSSTAND

- De stand is een afspiegeling van uw bedrijf. Houd de stand dus altijd netjes.
- Zorg dat er geen persoonlijke eigendommen als tassen, vertrouwelijke papieren en jassen in de stand slingeren. Zorg dus voor voldoende opbergruimte bijvoorbeeld d.m.v. een afsluitbare berging of balie.
- Zitgelegenheid voor bezoekers dient niet door de standbemanning te worden gebruikt.
- Zorg dat de beursstand toegankelijk en uitnodigend is. Ga dus niet als een bewaker voorin de stand staan. Zorg ook dat uw balie niet vooraan de stand staat waardoor de ingang wordt geblokkeerd.

EVALUATIE

- Evalueer de deelname na afloop van de beurs als alles nog vers in het geheugen zit. U kunt al ruim van tevoren een afspraak plannen in uw draaiboek. Evalueer na een aantal weken/maanden wat de contacten die u tijdens de beurs hebt gelegd hebben opgeleverd. Soms gaan er enkele maanden overheen voordat een prospect ook daadwerkelijk klant wordt. Houdt in uw relatiebeheerprogramma dus ook goed bij via welke weg (beurs) de prospect is binnen gekomen.
- Bijna alle exposerende bedrijven evalueren hun beursdeelname en geven hier follow-up aan. U kunt een beursdeelname objectief evalueren aan de hand van bezoekersaantallen, nieuwe contacten, uitgeschreven offertes en directe verkopen of u evalueert de beursdeelname (ook) subjectief, op basis van de mening van de standbemanning. Een subjectieve beoordeling geeft een extra dimensie aan het totaalbeeld van de deelname, want er wordt ook gekeken in welke mate de beurs voor het bedrijf geschikt is, bijvoorbeeld op basis van uitstraling van de beurs, aanwezige concurrentie en branchegenoten en kwaliteit van de leads.
- Archiveer uw evaluatie zorgvuldig, zodat u bij een volgende deelname het document er bij voorbereiding bij kunt pakken. Teveel bedrijven evalueren wel, maar maken bij de volgende beursdeelname dezelfde fouten.

FOLLOW-UP

- Neem binnen één of twee weken contact op met de belangrijkste prospects. Houdt hierbij rekening met de prioriteit die u reeds tijdens het gesprek aan het contact hebt gekoppeld.
- Benader indien mogelijk al de gelegde contacten zelf. U heeft reeds het vertrouwen van de persoon in kwestie gewonnen. Het is maar de vraag of een collega hetzelfde vertrouwen krijgt.
- De follow-up kan telefonisch, toesturen van documentatie of middels een persoonlijk bezoek.
- Stuur al uw bestaande relaties die uw stand bezocht hebben een bedankbrief. Uw relaties die de beurs of stand niet bezocht hebben kunt u een brief, eventueel met documentatiesturen, waarin staat wat zij gemist hebben (bijvoorbeeld introductie nieuw product).
- Probeer de follow-up een persoonlijk tintje te geven door de aantekeningen van uw notitie te gebruiken. Bijvoorbeeld: “Onze huidige leverancier verleent slechte nazorg”, of meer persoonlijk “Ik ben een fanatiek golfer”. U kunt hier handig op inspelen in uw follow-up brief of gesprek.

