



26-я Международная выставка  
оборудования, сырья и технологий  
для фармацевтического производства

19–22  
ноября  
2024

Москва,  
Крокус Экспо

**Подготовка к выставке**

[pharmtech-expo.ru](http://pharmtech-expo.ru)



ОРГАНИЗАТОР  
ORGANISER



# ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ К ВЫСТАВКЕ

## 1. ПЕРЕД ВЫСТАВКОЙ

Чтобы обеспечить максимально эффективную окупаемость инвестиций участия в выставке, нужно качественно подготовиться к мероприятию. Команда Pharmtech & Ingredients подготовила для вас руководство, с шагами, проверенными временем, следуя которым Ваша подготовка к мероприятию будет простой, а участие – эффективным.



### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Прежде, чем принять участие в мероприятии, необходимо четко определить цели и задачи участия. Пользуйтесь методом целеполагания SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time bound).

Это метод описания цели, включающий конкретность, измеримость, достижимость, важность и определенность по срокам.



Увеличить объем продаж реагентов для исследований до 20% за 6 месяцев после выставки, за счет установления сотрудниками «А» и «Б» контактов на выставке Pharmtech & Ingredients с партнерами «В» и «Г»



Повысить продажи с помощью выставки



### КОНТРАКТ С ОРГАНИЗАТОРОМ

Держите связь с командой выставки. Обратитесь к вашему менеджеру, если у вас вопросы и пожелания.

Проверьте, изучили ли вы все необходимые документы и сроки для подготовки к мероприятию и знаете обо всех инструментах для вашего продвижения?

- ❑ Рекламные и спонсорские возможности
- ❑ Заказ застройки у организатора и требования к самостоятельной застройке
- ❑ Инструменты бесплатного продвижения
- ❑ Государственная поддержка участников
- ❑ Контракт менеджеров



### ВЫСТАВКА РАБОТАЕТ НА ВАС ВЕСЬ ГОД

Информируйте партнеров и клиентов о Вашем участии.

Общайтесь с потенциальными клиентами через социальные сети, создавайте публикации на Вашем сайте, публикуйте новости о компании через сайт и соцсети Организатора.

Пользуйтесь промокодом участника для привлечения посетителей, используйте и заказывайте баннеры выставки в электронной переписке.

Ваше письмо с красочным баннером в подписи точно привлечет внимание, люди часто делятся интересной информацией в почте.

### ЭТИ ОПЦИИ БЕСПЛАТНЫ! ПОЛЬЗУЙТЕСЬ И ПРИВЛЕКАЙТЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА ВАШ СТЕНД

- ❑ Запросить промокод
- ❑ Отправить новость о компании и для публикации в соцсетях
- ❑ Заказать баннер выставки с вашим логотипом

## 2. ВО ВРЕМЯ ВЫСТАВКИ



### ЧЕК-ЛИСТ

Распечатайте чек-листы **на следующих страницах** и следуйте им.  
Так Ваше участие принесет вам максимум окупаемости!



### ГЛАВНЫЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ УЧАСТНИКА К ВЫСТАВКЕ

1

Определение бюджета,  
выбор и заказ места  
на выставке

2

Создание дизайна стенда  
и выбор застройщика.  
Техническая подготовка

3

Подготовка сотрудников  
и материалов к выставке,  
анонс, реклама участия

4

Работа  
на выставке

5

«Пост-шоу»  
Работа с контактами,  
подведение итогов, раннее  
бронирование стенда  
на следующий год



### УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ВЫ ГОТОВЫ К РАБОТЕ, И У ВАС ЕСТЬ НУЖНЫЕ МАТЕРИАЛЫ:

- ☐ Презентация / брошюры / буклеты с новинками и перечнем продукции, услуг, в печатном виде и/или в виде ссылки на файл.

Можно воспользоваться удобным и бесплатным сервисом для создания красивых QR кодов:  
[www.qrcode.website](http://www.qrcode.website)

- ☐ Шаблон коммерческого предложения.

- ☐ Визитки в достаточном количестве, и под различные запросы.

Удобно иметь визитки как с прямыми контактами, так и с общими, по отделам, так вы сможете лучше сегментировать аудиторию и запросы

- ☐ Удобный органайзер / разделитель для визиток посетителей + качественные стикеры для пояснений и заметок по визиткам.

От качества сортировки визиток посетителей будет зависеть качество дальнейшей обработки данных!  
Если позволяет бюджет, то лучше на дни проведения мероприятия нанять сотрудника, который сразу же будет заниматься оцифровкой визиток и комметариев по каждому лиду. Это существенно упростит работу после выставки

- ☐ Набор «шпаргалок» для коммуникаций. Для каждого типа посетителя важно продумать заранее шаблон диалога и иметь необходимые данные под рукой. В том числе важно заранее продумать вежливую коммуникацию с НЕцелевыми посетителями, чтобы распределить Ваше время на важных посетителей.

Запаситесь заранее набором фраз для привлечения внимания.  
Не пользуйтесь банальными приветствиями и общими фразами

- ☐ Сувенирная продукция. Даже при минимальном бюджете на выставке важно иметь повод подойти или в течение разговора дать посетителю что-то полезное. Не останавливайтесь только на раздатке полиграфических материалов.

Существует масса вариантов сувенирной продукции под любые бюджеты: бумажные ручки, магниты с линейкой, полезные постеры с отраслевой инфографикой и далее по возрастанию премиальности – все это поможет вашим посетителям не забыть о вас после мероприятия. Полиграфии будет много и не вся она будет изучена после мероприятия. А яркий сувенир, правильно подготовленный, может служить «ключом» к вашему сайту с массой полезной информации

- ☐ Флеш-карта, ноутбук со всеми необходимыми материалами на случай отключения интернета.



### КОНТАКТЫ. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Большинство посетителей выставки – это 5 основных групп.  
Базовые пункты коммуникации с каждой:

#### СУЩЕСТВУЮЩИЕ КЛИЕНТЫ И ПАРТНЕРЫ

- ☐ Встретиться и обсудить текущие дела
- ☐ Пригласить на неформальную встречу самых важных клиентов
- ☐ Подготовить бизнес-сувениры и фирменные пакеты/сумки
- ☐ Пригласить на презентацию новинок или анонсировать их

#### КОНКУРЕНТЫ

- ☐ Подготовить сотрудников стенда к ответам на вопросы, в т.ч. «неудобные»
- ☐ Изучить стенды конкурентов, обновить информацию
- ☐ Посетить стенды отдельных конкурентов с визитом вежливости, подготовить вопросы
- ☐ Заранее позаботиться о расположении Вашего стенда относительно конкурентов и выбрать для себя более выгодное

#### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

- ☐ Анонсировать участие
- ☐ Подготовить все необходимые материалы, презентации о компании и услугах
- ☐ Подготовить бизнес-сувениры и фирменные пакеты/сумки
- ☐ Убедиться, что сотрудники стенда обучены необходимой коммуникации

#### ЖУРНАЛИСТЫ, ФОТОГРАФЫ, ВИДЕОГРАФЫ

- ☐ Назначить ответственного по взаимодействию со СМИ
- ☐ Договориться об интервью с Вашей компанией в отраслевом СМИ
- ☐ Выбрать спикера от компании, подготовить его, снабдить материалами
- ☐ Продумать стенд так, чтобы было место для интервью, соблюдать порядок и дресс-код

#### СЛУЧАЙНЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ

- ☐ Подготовить материалы с базовой информацией о компании и услугах
- ☐ Подготовить общие визитки
- ☐ Назначить обученного сотрудника по работе с нецелевыми посетителями
- ☐ Продумать интерактив на стенде. Случайные посетители могут создать эффект толпы, тем самым привлекая потенциальных клиентов



### СТЕНД

От качества подготовки стенда будет зависеть 70% Вашего успеха на выставке. Зачастую дело не в дороговизне и уникальности застройки, а в простых вещах.

#### ПРОВЕРЬТЕ, ВСЕ ЛИ ГОТОВО:

- ☐ Продумана изолированная комната или место для переговоров. Если стенд маленький, запланируйте аренду переговорных комнат заранее
- ☐ Грамотно оборудовано складское помещение: стеллаж, холодильник, вода, крючки для верхней одежды, посуда (в том числе грязная), сумки, коробки – все это должно удобно располагаться в подсобке
- ☐ Заказано / закуплено необходимое оборудование и инвентарь: посуда, поднос, чайник, кулер с водой, фильтры («пилоты») с розетками, мусорные пакеты, картонные коробки, пакеты, буклетницы, мусорные ведра, салфетки, столовые приборы, стулья, столы
- ☐ Аптечка с набором основных медикаментов
- ☐ Телефоны, зарядки в достаточном количестве, планшеты, power банки
- ☐ Скотч, пленка, степлер, ножницы, ручки, файлы, папки
- ☐ Угощения для посетителей. Количество зависит от бюджета и форматов участия, мы рекомендуем запастись базовым набором: кофе, чай, сахар, сливки, вода, печенье, конфеты
- ☐ Питание в виде «быстрых» продуктов для сотрудников стенда. Не всегда есть возможность отлучиться на бизнес ланч, не всегда есть возможность хранить стандартную еду. Можно запастись: сэндвичами, печеньем, фруктами



### 3. ПОСЛЕ ВЫСТАВКИ



#### ПОСТ- АКТИВНОСТЬ

Работа после мероприятия важна не меньше, чем дни его проведения.

##### ПОДГОТОВЬТЕСЬ:

- ☐ Обработайте все полученные контакты, структурируйте их, занесите в свою CRM.
- ☐ Создайте follow-up рассылку, поблагодарите за посещение, анонсируйте дальнейшую работу.
- ☐ Не забудьте направить материалы всем, кому пообещали
- ☐ Спустя 2-3 недели обзвоните ключевых посетителей и обсудите детали дальнейшего взаимодействия







## БОНУС: ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ



- ☐ Будьте активны, общайтесь, узнавайте, берите максимум от коллективных встреч – в обычное время организовать их сложно.  
На выставке люди открыты к диалогу и предложениям
- ☐ Продумайте заблаговременно расположение Вашего стенда, его комплектацию и конструкцию. Больше открытых углов – больше посетителей
- ☐ Обучение сотрудников не стоит больших затрат, но дает значительный эффект для успеха мероприятия



- ☐ Не действуйте наугад и не полагайтесь на удачу. Готовьтесь к мероприятию тщательно и качественно
- ☐ Не тратьте много времени квалифицированных сотрудников на нецелевых посетителей. Проведите подготовительную работу с сотрудниками, распределите обязанности
- ☐ Не пренебрегайте рекламной кампанией перед выставкой, обеспечьте осведомленность посетителей заранее

## ЖЕЛАЕМ ВАМ УСПЕШНОЙ ВЫСТАВКИ! ДО ВСТРЕЧИ НА PHARMTECH & INGREDIENTS 2024 19-22 НОЯБРЯ, КРОКУС ЭКСПО

Менеджеры выставки Pharmtech & Ingredients будут рады ответить на Ваши вопросы



**Наталья Васильева**  
Директор выставки  
+7 (916) 685 85 71

[Natalia.Vassilieva@ite.group](mailto:Natalia.Vassilieva@ite.group)



**Гульджан Велиева**  
Менеджер проекта  
+7 (495) 136-39-44

[Guldzhan.Velieva@ite.group](mailto:Guldzhan.Velieva@ite.group)