

Σημεία κλειδιά συμμετοχής σε έκθεση

Μέρες πριν από την έκθεση αρχίζουμε την προετοιμασία γι' αυτήν. Πέραν από την όποια εταιρική προετοιμασία, απαιτούνται:

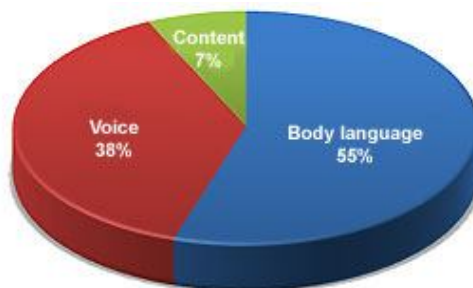
1. Πολύ καλές σκέψεις για την έκθεση. Η έκθεση είναι γιορτή και σαν γιορτή πρέπει να αντιμετωπίζεται.
2. Σωματική προετοιμασία. Κανένα ξενύχτι, κανένα τραπέζι. Ύπνος πολύ νωρίς, πριν και κατά τις ημέρες της έκθεσης.
3. Επιτόπια προετοιμασία. Πολύ καλή γνώση των χώρων της έκθεσης και των υπολοίπων εκθετών.

Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, το περίπτερο και ο εαυτός μας, πρέπει να αντιμετωπίζεται ως φωτογραφία. Ανά πάσα στιγμή πρέπει να είμαστε όμορφοι και ετοιμοπόλεμοι. Δεν είναι δυνατόν να προσφέρουμε άσχημες φωτογραφίες.

Στην έκθεση πηγαίνουμε έχοντας ήδη γευματίσει. Έτσι, το μυαλό μας δεν είναι στο στομάχι μας και στα διάφορα εδέσματα, αλλά στους πελάτες μας και στα κέρδη. Φτάνουμε πάντα νωρίτερα από την συμφωνημένη ώρα άφιξης μας στο περίπτερο, υποθέτοντας ότι οι κάποιοι συνάδελφοί μας θα χρειάζονται βοήθεια. Προσέχουμε τη γλώσσα σώματος, δεν κλείνουμε τα άνω άκρα και δεν πλησιάζουμε πολύ τους άλλους.

Στην ίδια λογική υπάγονται θέματα ένδυσης, υπόδησης και καθαριότητας. Μην ξεχνάτε ότι δεν κρίνεστε για μια ώρα όπου μπορεί να είστε υπέροχοι, αλλά για πολλές ώρες όπου απαιτείται να είστε υπέροχοι.

Το περίπτερο δεν είναι το μοναδικό πεδίο μάχης για έναν πωλητή που σέβεται την επένδυση που έχει πραγματοποιήσει η εταιρεία του. Σε όλους τους χώρους της έκθεσης μπορούν να πραγματοποιηθούν πωλήσεις. Προτείνεται, λοιπόν, η δημιουργία ενός συνεργείου δύο ατόμων που θα διενεργούν πωλήσεις γύρω-γύρω από το περίπτερο και θα προωθούν υποψήφιους πελάτες σε αυτό. Η συγκεκριμένη δουλειά, για ακόμα μια φορά, απαιτεί το σύστημα: **55%-38%-7%, συγκριτικό πλεονέκτημα, ιστορίες επιτυχίας και ενεργητική ακρόαση.**



Επίσης, η έκθεση, όπως και οι εξωτερικές πωλήσεις, απαιτούν εργασιακή πειθαρχία. Όλες οι πωλήσεις επιχειρούνται με απόλυτο σεβασμό στα στάδια της διαδικασίας της πώλησης, εφόσον, φυσικά, κάποιος τα θυμάται και έχει κατανοήσει ότι η εφαρμογή τους ανά πελάτη φέρνει την επιθυμητή πώληση στο παρόν.

Σε κάθε περίπτωση, απαγορεύονται: «πηγαδάκια», κουτσομπολιά, τσιγάρα, αλκοόλ, τσιμπολογήματα, εισερχόμενα και εξερχόμενα τηλεφωνήματα από το κινητό, φωνές.

Κατά τη διάρκεια μιας έκθεσης, άνθρωποι και προϊόντα αξιολογούνται ταυτόχρονα. Τονίζεται ο πολύ σημαντικός παράγοντας της σωματικής κούρασης που αντιμετωπίζεται με τις αναγκαίες ώρες ύπνου & τη σωστή διατροφή και ο ψυχολογικός παράγοντας που έχει να κάνει με τις θετικές σκέψεις για την γιορτή-έκθεση στην οποία συμμετέχουμε και,

φυσικά, όχι με απαξιωτικές προσεγγίσεις και εκτιμήσεις του τύπου «την Δευτέρα δεν έχει πολύ κόσμο». Πάντα υπάρχει ένας πελάτης που είναι έτοιμος να του πουλήσεις!

Στην έκθεση δουλεύει άψογα ο νόμος της «σποράς και του θερισμού». Η ευρεία σπορά σας θα σας φέρει τις επιθυμητές, στο βραχύ-, μέσο-, μακροπρόθεσμο επίπεδο.



Θυμηθείτε: ο πελάτης θέλει καλωσόρισμα. Όταν καλωσορίζεις έναν άνθρωπο, το σώμα του τείνει να εισέρχεται αυτόματα στον χώρο που τον καλωσορίζουν. Εάν, τυχαία, σε αυτά τα κρίσιμα δευτερόλεπτα πείτε σωστά με αυτοπεποίθηση της επωνυμίας της εταιρείας σας και από τότε προσφέρετε χρήματα στους πελάτες σας, ο επισκέπτης θα κοντοσταθεί και κάτι θα ρωτήσει. Απαντήστε συγκεκριμένα, περιμένοντας την επόμενη ερώτηση. Υποχωρήστε με το σώμα σας προς τα μέσα και ο πελάτης ασυνείδητα θα αρχίσει να εισέρχεται στο χώρο του

περιπτέρου που ελέγχετε καλύτερα απ' ό,τι τον διάδρομο της έκθεσης.

Ρωτήστε μας για την πηγή αυτού του άρθρου (info@e-management.gr).