

ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

展示会の季節を迎える前に準備すること

今年も年末が近づいて来ました。

年末の片づけや歳末商戦など何かと忙しい季節ですが、年を越すと春の展示会シーズンになります。

2月以降には皆様の地元や首都圏などでも多くの展示会が開催されますが、事前の準備次第で成果が大きく変わるので、早めの準備が大切です。

今年も年末が近づいて来ました。年末の片づけや歳末商戦など何かと忙しい季節ですが、年を越すと春の展示会シーズンになります。2月以降には皆様の地元や首都圏などでも多くの展示会が開催されますが、**事前の準備次第で成果が大きく変わるので、早めの準備が大切です。**

毎年、個別の企業様やセミナーなどで、展示会についてのアドバイスを行うことがあります。展示会に**慣れていて慣れていない方ではかなり大きな差がある**ことを感じます。もちろん、出展コストは同じですから、できれば効果的な展示会にしたいものです。

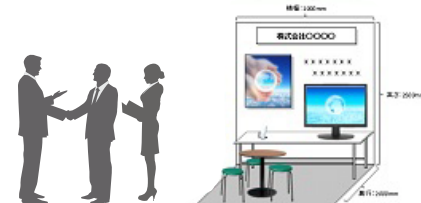
展示会の事前準備としては、まず、**目的を明確にすることが大切です。**単に「営業のために出展する」というのではなく、主として新商品をPRしたいのか、新商品の評価を知りたいのか、取引先との接点を持ちたいのか、とにかく多くの人と接触したいのか、など、本来は目的が異なるハズです。それらの目的を達成するためには、展示する商品やディスプレイ、ポスター、キャッチコピー、配布資料、営業トーク、アンケート内容などは違うものが必要になります。**これができていないと展示会の成果が低くなる可能性**

があります。

展示のノウハウについては、それを専門としているプロの業者もいるくらい大事な物です。業種や商品特性によって異なることも多いので一言で説明することは難しいですが、少なくとも、展示ブースを見た時に、**ひと目で何を扱っているブースなのか**がわかる必要があります。また、会社や商品の特徴や訴求ポイントなどが直ぐに理解できるような工夫も必要になるでしょう。その他、試食や配布資料、紙袋、スタッフの確保などにも配慮が必要になります。

人的な対応で最も大切なポイントとしては、**展示ブースを訪れた相手に合わせた説明や対応を行う**ということがあります。相手はバイヤーなどになりますが、その業種は百貨店、スーパー、卸業者、飲食関係者など様々です。それぞれ求めているニーズは異なるので、**相手のニーズに合わせた対応を行う**必要があります。自分の立場から見ても、ターゲットとして考えている業種のバイヤーと、そうではない業種にバイヤーとでは、対応を変えた方が効率的と言えるでしょう。**様々な業種のバイヤーが訪れることを想定して準備**をしておくといいでしょう。

最後に、単純な取り組みにはなりませんが**「見た目のインパクト」**というのも重要になります。決して下品にはならない範囲で、工夫して取り組む必要があります。これにも様々なセオリーがありますが、まずは、**展示会を見学して良いブースを参考**にすることも良いでしょう。



最近、具体的なブース作りのご相談を受け、相談者の方と一緒に展示ブースのイメージ図を作成するような機会が何度かありました。簡単なテンプレートを用意して作成するだけでもイメージが湧くので、実際のブース作りもスムーズに進んでいるようです。展示会でのブース作りにもコストがかかりますので事前にしっかりとイメージを作成して取り組むといいでしょう。

既に申し込みなどが済まれている方も多いたとは思いますが、春の展示会に出展される方は、良い成果をだせるように早め早めの準備に取り組んでいただけたらと思います。



Book review 「お店の解剖図鑑」

著者:高橋 哲史 / 価格:1,800円(税別) / 出版社:(株)エクスナレッジ

仕事から、様々な業種の方から相談を受けますが、正直、利用したことのないカテゴリーの店舗の方に出会うことがあります。そうした場合、類似した業態の店舗をアドバイスした経験や、一般的な経営知識をフル活用して対応させていただきますが、もっといろいろな店舗のことを知らないといけな...と、常日頃から思っています。この「お店の解剖図鑑」は飲食店を中心に、様々な店舗の情報がまとめられており、「店づくりのポイント」や「店舗運営の仕掛け」がイラスト付きで良くわかるようになっています。作者の方は店舗デザイナーなので、「床や壁の素材」「家具の予算」「カウンターの寸法」など、マニアックな情報も書かれています。情報量が多くはないので、正直、この本だけでアドバイスすることは難しいですが、その他の知識と組み合わせることで、それなりに使える情報になりますし、飲食店などを視察する際のポイントも掴めるとおもいます。読み物としても面白いので、飲食店好きの方にはオススメの一冊です。

writer

渡貫 久



「新刊 最強の部下コンヤンワ」
基本情報
上司の常識は、部下にとって
「常識」ではない。部下は「常識」を知らない。だから、部下は「常識」を教える必要がある。部下は「常識」を教える必要がある。部下は「常識」を教える必要がある。

「新刊 最強の部下コンヤンワ」
基本情報
上司の常識は、部下にとって
「常識」ではない。部下は「常識」を知らない。だから、部下は「常識」を教える必要がある。部下は「常識」を教える必要がある。部下は「常識」を教える必要がある。

