

презентация на тему:

организация и проведение выставок

продаж

выполнил студент: Воробьева Ирина Сергеевна
работу принял: Искяндерова Татьяна Андреевна

Выставки - в отличие от ярмарок не имеют строгой привязки к месту и времени их проведения. Основная их цель - рекламирование товаров, информирование покупателей, установление деловых связей производителей и торговцев. В строгом понимании на выставках в отличие от ярмарок торговля представленными товарами не осуществляется. Исключение составляют выставки-ярмарки, где такая торговля имеет место.

В мире проводится ежегодно множество тематических выставок. Наиболее популярные из них:

- по проблемам экологии - в Ганновере, Нижнем Новгороде,
- по проблемам металлургии и изготовлению машиностроительной продукции - в Москве, Дюссельдорфе и т.д.

В современных условиях создаются новые организационные формирования по типу ярмарочно-выставочных организаций. К ним относятся ведущие ярмарочно-выставочные комплексы, такие как Внешнеторговое объединение АО «Экспоцентр», Всероссийское АО «Нижегородская ярмарка», региональный коммерческий центр «Сибирская ярмарка» и др.

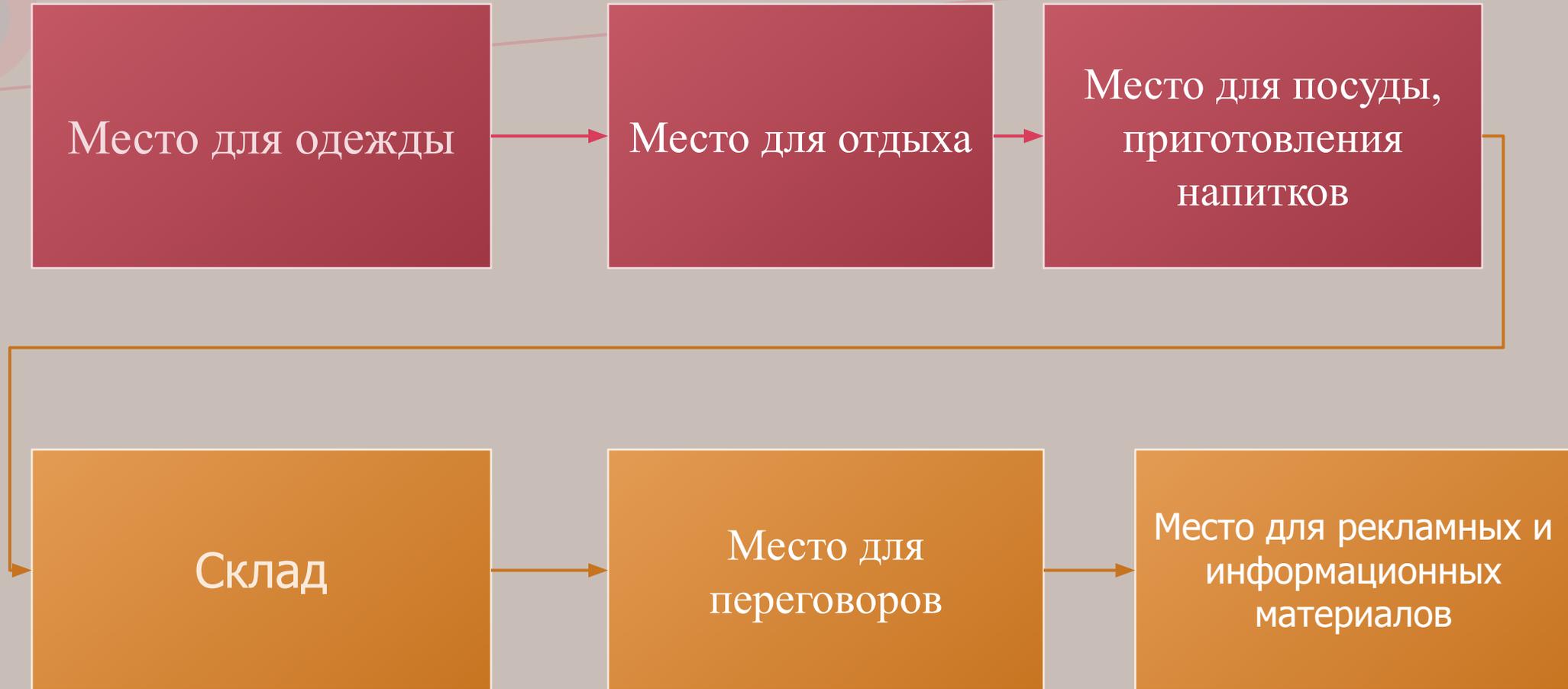
Планирование подготовки выставки

Необходимо составить подробный перечень вещей и предметов, которые будут (должны будут) взяты на выставку. Наличие данного документа резко упорядочивает хранение и учет вещей, гарантирует своевременное пополнение «стратегических запасов» фирмы на стенде (еды, листовок), облегчает их поиск, определяет недостающие предметы. Другим важным документом является анкета для учета (опроса) посетителей стенда. Для накопления достоверной статистической информации, руководство компании должно определить перечень интересующих вопросов и порядок их следования.

Составление плана выставочного стенда

Существует несколько базовых конструкций стендов (боксов) предлагаемых участникам выставки. Обычно это 33, 43, 63, 64, 66 размерные конструкции. Основной критерий оценки для выбора подходящего стенда - цена и размер ЭКСПОЗИЦИИ.

На стенде необходимо предусмотреть наличие следующих зон:



Цель выставки-продажи — публичная демонстрация, показ и представление с последующей реализацией новых видов продукции, товаров, подготовка новейшей информации и создание условий для установления деловых контактов с потенциальными покупателями.

Основные задачи выставок:

- довести информацию до целевой группы;
- продать товар, услугу;
- установить отношения (связи);
- провести маркетинговые исследования;
- сформировать имидж.

Классификация видов выставок

Для успешного участия в выставочном бизнесе учитывают разные классификационные признаки выставок.

По отраслевому признаку.

- **отраслевые**, или выставки по специальным интересам, на которых представлены одна или несколько производящих или потребляющих отраслей;
- **межотраслевые**, которые охватывают многоотраслевую продукцию, а не товары строго одной какой-либо отрасли. На таких выставках демонстрируется обширный спектр предложений многих отраслей промышленности.

По территориальному признаку.

- **международные** - в которых принимают участие предприятия одной или нескольких отраслей различных стран и представлены экспонаты всех видов: от потребительских товаров до продукции основных средств производства и новейших технологий;
- **гостевые** выставки организуются в разных странах с участием только зарубежных предприятий;
- **национальные** выставки представлены отраслью или экономикой одной страны;
- **региональные** выставки организуются в пределах одной страны, но в разных ее точках;
- **зональные и внутренние** выставки представлены только одной отраслью и только предприятиями данного региона.

По целевой ориентации:

ИМИДЖЕВЫЕ выставки ориентированы на настоящих клиентов, партнеров предприятия, поэтому основное внимание уделено подготовительному этапу и подготовке стенда компании;

пробные выставки ориентированы на потенциальных клиентов и партнеров.

Основной целью торгово-промышленных выставок является:

- укрепление высокой репутации товаров;
- демонстрация товаров в действии;
- определение возможного спроса;
- поиск новых посредников;
- установление новых контактов с клиентами.

ВЫСТАВКИ

По целям проведения

торговые

Информационно-ознакомительные

По частоте проведения

периодические

ежегодные

сезонные

По характеру предложения экспоната

универсальные

многоотраслевые

отраслевые

специализированные

комбинированные

По составу участников

региональные

межрегиональные

национальные

международные

Выставки-продажи могут быть нескольких типов:

- Выставка завода

цель: знакомство с ассортиментом и повышение уровня продаж изделий завода.

Предоставляется товар, выпускаемый одним заводом-производителем, формируются и оформляются отдельные витрины под ассортимент этого завода;

- Выставка групп изделий

цель: исследование потребительского спроса на ту или иную группу товара, стимулирование продаж отдельных групп товара.

Представляется одна или несколько определенных групп изделий, в рамках которых товар объединен дизайном (например, мужская коллекция), категорией вставок (изделия с жемчугом), видом металла (изделия из платины). Такие выставки, как правило, красиво и громко называются. Например «Совет да любовь» (выставка обручальных колец), «Искушение соблазном» (выставка пирсинга), «тайна южных морей» (выставка изделий с жемчугом). Товар для таких выставок подбирается, как правило, у нескольких поставщиков, с относительно равными предложениями по ценам:

-Тематические выставки

Цель:повышение уровня продаж в торговое и тем более в сезонное неторговое время

Приурочены к календарным праздникам и датам. Например, к Новому Году, 8 марта, а также Дню учителя, Дню студента, Пасхе, Дню медика и т.д.

-Маркетинговые выставки

цель – выяснение возможных объемов продаж на данной торговой точке, в зависимости от сезона.

Отличный способ начать работу поставщику и магазину, если до этого они еще не сотрудничали;

-Выставки коллекций

цель:изучение потребительского спроса на новые коллекции завода-производителя.

Например, выставка **Весенняя коллекция** завода, выставка **авторских коллекций**.



КОНЕЦ