

توصیه متخصصان

نمایشگاه هدایا، یک نمایشگاه منطقه ای ۹۰ ساله در بوستون، برنامه رایزن غرفه دار را در مارس ۱۹۹۹ آغاز کرد. تعداد غرفه داران این نمایشگاه در سال ۲۰۰۱ حدود ۶۰۰ نفر و فضای خالص نمایشگاهی آن ۱۳۲/۰۰۰ فوت مربع و تعداد بازدیدکنندگان آن ۹/۵۰۰ نفر بود. غرفه داران این نمایشگاه از شرکت های مختلف هستند. هنگامی که شرکت های جدید برای مشارکت در نمایشگاه ثبت نام می کنند فهرستی از غرفه داران موجود و مفید را که توسط تیم مدیریت نمایشگاه تهیه شده است دریافت می کند. این فهرست بر اساس بخش های نمایشگاه تقسیم بندی شده است و غرفه داران جدید می توانند به هر یک از رایزن های موجود در این فهرست مراجعه کنند تا سئوالات بازاریابی پیش از نمایشگاه یا مربوط به نصب و تزئین غرفه را مطرح نمایند.

مدیر فروش این نمایشگاه می گوید: "تیم مدیریت نمایشگاه جهت کمک به غرفه داران حضور دارد و ما به سئوالات آنها پاسخ می دهیم. اما در برابر آن پولی دریافت نمی کنیم. رایزن ها حضور دارند و بهترین منبع برای غرفه داران جدید هستند."

در این نمایشگاه، رایزن ها با کارت شناسایی به شکل روبان های خاص مشخص می شوند. در محل، رایزن ها با جزئیاتی نظیر طرح و نقشه سالن ها و محل نزدیک ترین خشکشویی به غرفه داران جدید کمک می کنند. مدیر فروش این نمایشگاه می گوید: "رایزن ها با روبان های مخصوص شناسایی می شوند. این روبان ها در ضمن نشانه احترام به غرفه دارانی است که بارها در این نمایشگاه حضور داشته اند. آنها توجه را جلب می کنند و این حقیقت که ما از آنها خواسته ایم تا رایزن باشند به آنها ثابت می کند که برای گفته های آنان ارزش قائلم."

هر ساله، تیم مدیریت نمایشگاه برنامه را مرور می کند و در خصوص افزایش رایزن ها تصمیم گیری می کند. این تیم شخصا هر داوطلب را دعوت می کند تا طی نمایشگاه سال بعد رایزن آینده باشد و اطمینان حاصل می کند که این فهرست شامل رایزن هایی از هر شش بخش نمایشگاه است.

بعد از نمایشگاه ، رایزان هایی که به تازگی انتخاب شده اند نامه ای دریافت می کنند که موقعیت جدید آنها و جزئیات برنامه را تصریح می کند. مدیر این نمایشگاه می گوید که مرور برنامه تنها چند ساعت طول می کشد، که شامل چاپ نامه ها برای غرفه داران و رایزن های جدید است. این برنامه در حال حاضر شامل ۱۰ رایزن است که به بسیاری از غرفه داران جدید کمک می کنند. در حالی که ثبت دقیق تعداد غرفه داران جدید که از این برنامه رایزنی طی سالهای متعددی استفاده کرده اند، واقعا دشوار است اما تیم مدیریت نمایشگاه می گوید بازخورد کاملا مثبت بوده است.

مدیریت نمایشگاه می گوید: " غرفه داران جدید به ما می گویند هنگامی که می توانند با همکار تولید کننده صحبت کنند حضور در نمایشگاه برایشان بسیار راحت تر می شود. از طرفی این طور استنباط می شود که ما پاسخگوی غرفه داران هستیم زیرا می خواهیم فروش داشته باشیم. این برنامه ثابت می کند که ما به مشتریان خود اهمیت می دهیم."

نویسنده: استاسی اندرسون ابرین

مترجم: شیرین شریفیان

منبع: مجله EXPO