

Check list per partecipare a una fiera

La *checklist per partecipare a una fiera* è uno strumento che spero ti sia utile nel tuo lavoro. Nonostante sia impossibile mappare tutte le casistiche, ti può fornire una valida guida per iniziare.

Come usarla:

Sono preimpostati dei campi in cui puoi inserire la data prevista di esecuzione dell'attività. Puoi usare la casella di spunta a fianco per indicare quando è fatta. Trova altre risorse per la tua produttività in:
<https://www.intingo.it/risorse-gratuite-marketing-b2b/>

Licenza:

Questa risorsa ti è concessa in licenza Creative Common: CC BY-NC-ND 4.0

- Sei libero copiare e ridistribuire *La checklist per partecipare a una fiera* solo se indichi che è stato realizzato da Intingo: www.intingo.it
- Puoi modificare *La checklist per partecipare a una fiera* per renderla attinente alle tue necessità ma in questo caso non puoi ridistribuirlo né a tuo nome né a nome di Intingo.
- Puoi utilizzare *La checklist per partecipare a una fiera* per la tua attività personale e lavorativa.
- Non puoi usare o ridistribuire *La checklist per partecipare a una fiera* per scopi commerciali.

Esclusione di responsabilità

Intingo non fornisce alcuna garanzia espressa o implicita, in merito alla completezza, accuratezza, affidabilità, idoneità delle informazioni inserite *nella checklist per partecipare a una fiera*. Nonostante la cura e l'attenzione posta nel realizzare questo documento, Intingo non è in alcun modo responsabile dei risultati ed eventuali danni derivanti dal suo utilizzo.

Puoi contribuire alla crescita di Intingo con il "passaparola". Se pensi che stiamo facendo un buon lavoro parla di noi e condividi i nostri articoli nei tuoi social. Se hai dei dubbi, informazioni o richieste scrivici a: contatti@intingo.it



Partecipazione a una fiera di settore checklist

Azione	Data prevista	Fatto
Da 12 a 10 mesi prima (i tempi proposti sono indicativi)		
1	Imposta il budget. (Puoi scaricare un template per il budget nelle risorse di Intingo)	
2	Stabilisci gli obiettivi e le motivazioni. Esempio obiettivi: fidelizzare i clienti per sviluppare nuove vendite, Esempio motivazione: rinforzare il brand, presentare un nuovo prodotto.	
3	Prenota lo spazio espositivo al più presto per assicurarti una buona posizione. (Vedi l'articolo: Organizzare una fiera B2B tre momenti, molte cose da fare)	
4	Esamina attentamente i documenti dell'ente fiera e le scadenze per la prenotazione dei servizi.	
5	Inizia a pianificare il layout dello stand e assicurati di avere una tempistica certa. Tieni conto dei tempi per: <ul style="list-style-type: none">- selezionare l'allestitore.- presentazione dei progetti e preventivi,- esame proposte e approvazione interna.	
6	Anche se riutilizzi uno stand già usato ci possono essere cambiamenti dovuti alle dimensioni dello spazio espositivo, alla grafica specifica per la tipologia di fiera, tieni conto anche di questi tempi.	
7	In caso di trasferte coordinati con chi effettua le prenotazioni di hotel e viaggi per gestire le prenotazioni. Tieni conto che gli hotel vicini alla fiera vengono prenotati anno per anno dagli espositori abituali riducendo le disponibilità. Agisci per tempo.	

Partecipazione a una fiera di settore checklist

Azione	Data prevista	Fatto
Dai 4 a 3 mesi prima dell'inizio della fiera		
8	Pianifica e prepara la grafica dello stand.	
9	Pianifica e prepara i materiali di vendita e di marketing, inclusi brochure, targhe descrizione prodotti, ecc.. Se avrai degli omaggi, inizia a organizzarli ora in modo che siano pronti per la fiera.	
10	Se stai lanciando un nuovo prodotto o servizio, verifica i tempi e assicurati che sia completamente testato e pronto per il debutto pubblico alla fiera.	
11	Definisci o richiedi la lista dei prodotti da esporre valuta: <ul style="list-style-type: none">- pesi e dimensioni,- necessità servizi fiera: aria compressa, fori per fissarli al pavimento, energia aggiuntiva per il loro funzionamento.- coordinati con il magazzino per la spedizione alla fiera, la movimentazione dei prodotti in fiera (necessità di muletti o altro), lo stoccaggio degli imballi e il ritiro dei prodotti al termine della fiera.	
12	Assicurati che tutte le parti interessate siano a conoscenza delle date corrette e dello scopo dei servizi richiesti.	
13	Valuta se ti serve staff extra aziendale come ad esempio hostess, catering ecc.	
14	Se il personale in servizio presso lo stand avrà un abbigliamento particolare (capi di abbigliamento con logo, uniformi ecc.) inizia a ordinarli.	
15	Seleziona un professionista per foto e video.	
16	In caso di trasferte verifica le prenotazioni. In caso di viaggi all'estero assicurati che tutti abbiano i documenti in regola. Attivati per tempo in caso di necessità di visti di ingresso.	

Partecipazione a una fiera di settore checklist

Azione	Data prevista	Fatto
Due / un mese prima della fiera		
17	Conferma le eventuali modifiche allo stand e la grafica. Accertati che la documentazione sia pronta e in quantità sufficiente.	
18	Conferma le date e i dettagli con i fornitori per la spedizione, gestione prodotti in fiera, installazione e smontaggio.	
19	Verifica la necessità di pass per il montaggio/smontaggio dello stand e nel caso forniscili a tutti i fornitori/personale che deve accedere nelle due fasi.	
20	Intensifica la promozione della presenza in fiera. Invia comunicati stampa e informa i clienti. Considera una campagna e-mail a tema per la fiera. Attua la campagna di digital marketing precedentemente definita.	
21	Coordinati con la forza commerciale in caso di prenotazione di visite allo stand, prenotazione alle presentazioni prodotto etc.	
22	Prepara una lista dei clienti / potenziali invitati allo stand con data della visita, nome, cognome, titolo, posizione per una accoglienza efficace.	
23	Fornisci al team aziendale che sarà in servizio in fiera la tabella giornaliera delle presenze per il presidio dello stand completa di numero di cellulare di ciascuno.	
24	Accertati che il personale allo stand sia preparato su come gestire le persone in visita. Condividi obiettivi e motivazione in modo che tutto il personale sia allineato.	
25	Soprattutto in caso di nuovi prodotti accertati che il personale conosca il prodotto e abbia la capacità di presentarlo e rispondere alle domande tecniche.	
26	Accertati che tutto il personale sia a conoscenza di come redigere il Rapporto visita e/o la registrazione della visita nel CRM	

Partecipazione a una fiera di settore checklist

Azione	Data prevista	Fatto
Durante la fiera		
27 Controlla che tutto si svolga in linea con gli obiettivi che l'azienda si è posta.		
28 Realizza video professionali per alimentare la comunicazione sui social media e per la tua futura comunicazione di marketing B2B.		
29 Accertati che non ci siano cali di tensione, disattenzioni da parte dello staff allo stand. Il comportamento tenuto da tutti in fiera è l'immagine dell'azienda. Non ci devono essere persone vestite in modo approssimativo. Organizza le pause caffè e pranzo in modo che lo stand sia sempre presidiato.		
30 Assicurati che i rapporti visita e/o le registrazioni nel CRM vengano effettuate per tutti i contatti e nel modo corretto e che vengano riportate tutte le informazioni utili alla tua campagna post-fiera.		

Partecipazione a una fiera di settore checklist

Azione

Data prevista Fatto

Mini lista di controllo: incontri di vendita

<input type="checkbox"/>	Per gli incontri con i clienti organizza lo stand con sale riunioni. Se questo non è possibile accertati che ci siano delle aree con dei tavoli in cui i clienti /potenziali e commerciali possano parlare in tranquillità.		
<input type="checkbox"/>	Se hai redatto la lista delle visite con nome e cognome, titolo, posizione aziendale, all'inizio della giornata accertati che lo staff alla reception abbia la lista e sia in grado di accogliere i clienti come se li conoscesse da sempre.		
<input type="checkbox"/>	Anche se non hai un servizio di catering assicurati che sia sempre possibile offrire un caffè o una bibita agli ospiti ed eventualmente qualche stuzzichino.		
<input type="checkbox"/>	Assicurati che il commerciale presente all'incontro rediga in modo accurato il rapporto visita indicando gli argomenti discussi le richieste / lamentele del cliente.		

Mini lista di controllo: presentazioni dal vivo

<input type="checkbox"/>	Pianifica, prova e perfeziona la presentazione con largo anticipo rispetto alla fiera.		
<input type="checkbox"/>	Se necessario prenota una sala presentazioni presso l'ente fiera, assicurati che abbia tutto ciò che serve ad esempio: la possibilità di proiettare video, amplificazione audio, microfoni etc.		
<input type="checkbox"/>	Rendi le presentazioni più semplici e dirette possibile. Concentrati solo su alcuni dei principali messaggi.		
<input type="checkbox"/>	Assicurati che chi prepara la presentazione si attenga all'obiettivo condiviso per l'evento.		
<input type="checkbox"/>	Organizza un catering in modo che alla fine della presentazione i commerciali possano parlare con i partecipanti e raccogliere informazioni.		
<input type="checkbox"/>	Identifica un obiettivo specifico e misurabile per la presentazione, ad esempio incrementare la Lead Generation o la consapevolezza del marchio nel mercato di riferimento.		

Partecipazione a una fiera di settore checklist

Azione

Data prevista Fatto

Mini lista di controllo: rapporti con la stampa

<input type="checkbox"/>	Invita i giornalisti allo stand, accoglili, dai le prime informazioni sulle novità presentate e informali che entro la stessa giornata della visita gli invierai la cartella stampa per email.		
<input type="checkbox"/>	In caso di conferenza stampa presso lo stand, assicurati di organizzarla nel momento meno affollato. Prepara delle cartelline con pochi fogli che presentino l'oggetto della conferenza stampa e inserisci cartella stampa in una pen-drive. Assicurati che siano presenti i referenti aziendali (direttore tecnico, amministratore delegato ecc.)		
<input type="checkbox"/>	Organizza un catering post conferenza stampa e prenditi il tempo per parlare con ciascuno di loro. Devi ottenere i loro dati di contatto per alimentare la tua lista contatti stampa.		
<input type="checkbox"/>	Valuta la preparazione di un omaggio dedicato appositamente ai giornalisti.		