

Jak na veletrhy a konference

Desatero



1. Účast bez cíle jsou vyhozené peníze

Definujte si předem, co přesně chcete: 30 relevantních leadů, 5 schůzek s partnery nebo brand awareness? Buďte konkrétní a měřitelní.

2. Dejte světu vědět, že tam jste

Nečekejte, až vás objeví náhodou. Pozvěte stávající klienty, dejte info na LinkedIn i web a domluvte si schůzky ještě před odjezdem na akci.

3. Neprodávejte produkt, budujte vztahy

Lidé na veletrhu nehledají jen zboží, ale partnery. Zajímejte se o jejich problémy a poslouvejte (70 %), teprve pak mluvte o řešení (30 %).

4. Zakažte si větu „Můžu vám pomoci?“

Tato otázka konverzaci zabíjí. Ptejte se otevřeně: „Co ve firmě aktuálně řešíte?“ nebo „Co vás na veletrhu nejvíce zaujalo?“.

5. Prvních 30 sekund rozhoduje

Mějte připravený úderný Elevator Pitch. Kdo jste, komu pomáháte a jaký problém řešíte. Žádné složité technické detaily hned na úvod.

6. Stánek není bunkr

Neschovávejte se za stolem s mobilem v ruce. Stůjte vpředu, udržujte oční kontakt, usmívejte se a aktivně oslovujte kolemjdoucí.

7. Vizitka v kapse nestačí

Pište si kontext hned: o čem jste mluvili a co klienta trápí. Třídte kontakty na Hot, Warm a Cold rovnou na místě, ať víte, kam směřovat energii.

8. Rychlost vyhrává

Ozvěte se do 24–48 hodin po akci, dokud si vás pamatují. Kdo zaváhá a nechá vizitky týden v šuplíku, toho předběhne konkurence.

9. Žádné hromadné e-maily

Generické „Děkujeme za návštěvu“ neprodává. Připomeňte, o čem jste mluvili, a pošlete řešení jejich konkrétního problému. Personalizace je klíč.

10. Vždy chtějte další krok

Každý follow-up musí končit jasnou výzvou k akci (CTA). Navrhněte termín callu nebo schůzky. Nenechávejte komunikaci vyšumět do ztracena.