

CHECKLISTA

Przygotowanie do targów

Cele i KPI

- określ cele biznesowe udziału
- zdefiniuj KPI (leady, spotkania, konwersja, wartość sprzedaży)
- ustal progi: minimum / cel / ambitny
- przypisz KPI do działań (stoisko / marketing / sprzedaż)

Strategia i zakres

- określ rolę targów w lejku sprzedaży
- zaplanuj 4 obszary: stoisko / komunikacja / leady / follow-up
- przypisz odpowiedzialności za każdy obszar

3–6 miesięcy przed

- wybór wydarzenia i rezerwacja powierzchni
- budżet (stoisko, marketing, logistyka)
- wybór partnera do realizacji stoiska
- koncepcja kreatywna stoiska
- plan komunikacji marketingowej
- rezerwacja noclegów i transportu

1–2 miesiące przed

- finalizacja projektu stoiska
- produkcja (grafika, zabudowa, multimedia)
- przygotowanie materiałów marketingowych
- zamówienie gadżetów
- przygotowanie demo i prezentacji
- test systemu zbierania leadów
- szkolenie zespołu

Ostatni tydzień

- kontrola transportu i montażu
- weryfikacja kompletności materiałów
- przypisanie ról zespołowi
- test sprzętu i oprogramowania
- potwierdzenie harmonogramu pracy

Stoisko i komunikacja na miejscu

- jasny główny komunikat
- spójność z identyfikacją wizualną
- czytelność przekazu (z dystansu)
- dopasowanie do grupy docelowej

CHECKLISTA

Przygotowanie do targów

Materiały marketingowe

- ulotki / katalogi
- prezentacje sprzedażowe
- wizytówki
- QR do materiałów online
- gadzety dopasowane do odbiorcy

Demo i sprzedaż

- przygotowane demo (live / wideo)
- scenariusze rozmów
- lista FAQ i odpowiedzi
- elementy angażujące (interakcja)

Leady i sprzedaż

- narzędzia zbierania leadów (app / formularze / skanery)
- integracja z CRM
- kwalifikacja leadów (potrzeba / budżet / czas / decyzyjność)
- zgody marketingowe i RODO
- przekazanie leadów do sprzedaży ≤ 48h
- przypisanie i priorytetyzacja kontaktów

Komunikacja przed targami

- kampanie mailingowe
- social media
- zaproszenia dla klientów
- umawianie spotkań
- publikacje branżowe

Follow-up po targach

- wysyłka podziękowań
- kontakt handlowy
- kampanie nurturingowe
- analiza wyników i KPI

Audyt gotowości (final check)

- kompletność materiałów
- gotowość stoiska i transportu
- przeszkolony zespół (role / scenariusze / raportowanie)
- działający system leadów + CRM
- backup danych