

# Программа тренинга «ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТА НА ВЫСТАВКЕ»

© Равицкий Андрей. ravitskiyandrey@yandex.ru | +7 (962) 953 84 61 | www.bstraining.ru

## ЦЕЛЬ ТРЕНИНГА

Сформировать у участников системный подход к участию в выставках как инструменту продаж и развития бизнеса.

Развить навыки подготовки, эффективного поведения на стенде и обработки контактов после выставки, чтобы увеличить количество и качество лидов, повысить конверсию заявок в сделки и укрепить доверие клиентов.

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Менеджеры по продажам, развитию и работе с клиентами
- Специалисты и эксперты, представляющие компанию на стенде
- Руководители подразделений, участвующих в подготовке и сопровождении участия
- Маркетологи, организаторы выставок, PR-специалисты

## ИДЕЯ ТРЕНИНГА

Выставка – не место, где «просто показывают продукт», а инструмент для **создания деловых контактов, демонстрации экспертности и запуска сделок.**

Однако без подготовки многие компании теряют потенциал: сотрудники ждут, когда «к ним подойдут», не фиксируют контакты, говорят слишком много или не по сути, а после выставки не доводят коммуникацию до сделки.

Тренинг учит использовать выставку как **управляемый бизнес-процесс:**

**до** – подготовка, планирование и настройка команды;

**во время** – активное взаимодействие, экспертное позиционирование;

**после** – обработка лидов и удержание внимания клиента.

Методологическая основа:

- **Цикл Колба (Опыт → Анализ → Теория → Практика)** – каждый модуль включает действие, анализ и закрепление.
- **Модель AIDA (Attention – Interest – Desire – Action / Внимание – Интерес – Желание – Действие)** – как выстраивать внимание клиента.
- **Модель SPIN (Situation – Problem – Implication – Need-Payoff / Ситуация – Проблема – Последствие – Ценность)** – как выявлять реальные потребности.
- **Модель FAB (Feature – Advantage – Benefit / Характеристика – Преимущество – Польза)** – как формулировать ценность продукта.
- **Модель LAER (Listen – Acknowledge – Explore – Respond / Слушай – Признай – Исследуй – Ответь)** – как работать с возражениями.

## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОГРАММЫ

- **Простота и практичность** – каждый инструмент можно применять сразу.
- **Логика “До – Во время – После”** – всё взаимосвязано.
- **Баланс теории и практики** – не больше 20% теории.
- **Осознанность и уверенность** – через ролевые упражнения и обратную связь.
- **Командный эффект** – участники учатся действовать как единое целое.

**ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ:** 2 тренинговых дня (09:00–18:00)

Перерывы: 10:30–10:45, 13:00–14:00, 15:30–15:45

**КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ:** До 16 человек

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ТРЕНИНГА**

### **Бизнес-результаты:**

- Увеличение количества и качества лидов.
- Рост конверсии выставочных контактов в сделки.
- Повышение профессионального имиджа компании.
- Единый стандарт поведения и коммуникации на стенде.
- Снижение потерь контактов и неэффективных разговоров.

### **Желаемое рабочее поведение:**

- Сотрудник активно инициирует контакт и ведёт структурированный диалог.
- Использует техники SPIN и FAB для выявления потребности и представления ценности.
- Демонстрирует экспертность и уверенность без навязчивости.
- Фиксирует контакты системно (в CRM, анкете, заметке).
- Выполняет послевыставочные действия в первые дни после события.

### **Знания:**

- Роль выставки в цикле продаж и развитии бизнеса.
- Этапы участия: подготовка – поведение – последующая работа.
- Основы моделей AIDA, SPIN, FAB, LAER.
- Принципы экспертной коммуникации и доверия.
- Алгоритм короткой презентации (Elevator Pitch / «Презентация в лифте»).

### **Умения:**

- Формулировать SMART-цели (Конкретные – Измеримые – Достижимые – Релевантные – Ограниченные по времени).
- Готовить речевые модули и сценарии диалога.
- Вести короткий, структурированный разговор с посетителем.
- Демонстрировать экспертное мнение и рекомендации.
- Работать с возражениями и завершать разговор с результатом.
- Структурировать и приоритизировать контакты для дальнейшей работы.

### **Установки:**

- «Выставка – это инструмент продаж, а не формальность».
- «Каждый контакт может стать сделкой».
- «Подготовка – это половина успеха».
- «Экспертность – главный источник доверия».
- «Результат выставки начинается с первого дня работы».

## **СЦЕНАРИЙ ТРЕНИНГА**

### **ДЕНЬ 1. СТРАТЕГИЯ, ПОДГОТОВКА, ПЕРВЫЙ КОНТАКТ**

#### **09:00 – 09:30 | Введение и настройка**

- Знакомство участников, ожидания, цели.
- Мини-лекция: «Выставка как инструмент продаж и коммуникации».
- Упражнение: «Ожидания и страхи». Групповая работа – что помогает и мешает на стенде.

#### **09:30 – 10:45 | Блок 1. Цели участия: зачем мы идём на выставку**

**Цель:** осознать бизнес-смысл участия и научиться ставить измеримые цели.

- Мини-лекция: «Выставка и воронка продаж».
- Упражнение: «SMART-цели и KPI участия».
- Пример: 40 лидов → 20 квалифицированных → 10 встреч → 3 сделки.
- Обсуждение: чем «постоять на стенде» отличается от результата.

#### **10:30 – 10:45 | Кофе-пауза**

#### **10:45 – 12:30 | Блок 2. Подготовка: что нужно сделать до выставки**

**Цель:** выстроить систему подготовки и распределить ответственность.

- Мини-лекция: «30/10/3 дня до выставки – три линии подготовки».
  1. Материалы (презентации, POS, каталоги).
  2. Люди (роли, график, репетиция).
  3. Контакты (CRM, база, приглашения).

- Упражнение: «Карта подготовки» – команды создают собственный чек-лист.
- Обсуждение типичных ошибок: «не договорились кто говорит», «не подготовили ответы».

### **12:30 – 13:00 | Блок 3. Роли и взаимодействие на стенде**

**Цель:** научиться действовать согласованно как команда.

- Мини-лекция: «Роли на стенде: фасилитатор, эксперт, презентатор, оператор».
- Упражнение: «Пять минут до открытия стенда» – репетиция взаимодействия.
- Разбор: что помогло создать ощущение команды.

### **13:00 – 14:00 | Обед**

### **14:00 – 15:30 | Блок 4. Привлечение внимания: модель AIDA (Внимание – Интерес – Желание – Действие)**

**Цель:** освоить способы привлечения и удержания внимания.

- Мини-лекция: «Как человек воспринимает стенд: внимание и интерес».
- Упражнение: «Фразы-приманки» – участники придумывают 3 варианта начала разговора.
- Практика: «Диалог-открытие» – тренировка подхода к посетителю.
- Разбор: что сработало, какие фразы «цепляют».

### **15:30 – 15:45 | Кофе-пауза**

### **15:45 – 17:40 | Блок 5. Самопрезентация и первые 30 секунд диалога**

**Цель:** сформировать ясное, уверенное и короткое представление компании.

- Мини-лекция: структура Elevator Pitch (Презентация в лифте):
  1. Кто вы,
  2. Что делаете,
  3. Для кого,
  4. Почему важно.
- Упражнение: подготовка и отработка «фразы открытия».
- Ролевая игра: «Первое впечатление на стенде».
- Разбор: невербалика, темп, уверенность, открытая поза.

### **17:40 – 18:00 | Итоги дня**

- Рефлексия: что стало самым полезным.
- Домашнее задание: подготовить короткую презентацию продукта по модели FAB (Характеристика – Преимущество – Польза).

## **ДЕНЬ 2. КОММУНИКАЦИЯ, ВЛИЯНИЕ, КОНВЕРСИЯ**

### **09:00 – 09:30 | Разминка и обмен опытом**

- Разбор домашних заданий.
- Игра: «30 секунд эксперта» – каждый презентует свой продукт по модели FAB.

### **09:30 – 10:30 | Блок 6. Диалог и выявление потребностей: модель SPIN (Ситуация – Проблема – Последствие – Ценность)**

**Цель:** научиться задавать вопросы, выявлять реальные интересы клиента.

- Мини-лекция: структура SPIN и примеры вопросов для каждого этапа.
- Упражнение: «Лестница вопросов» – команды разрабатывают цепочки диалога.
- Ролевая игра: «Диалог с посетителем» – от первой фразы до фиксации контакта.
- Разбор: вопросы, активное слушание, контакт.

### **10:30 – 10:45 | Кофе-пауза**

### **10:45 – 12:45 | Блок 7. Презентация и экспертное влияние: модель FAB (Характеристика – Преимущество – Польза)**

**Цель:** научиться представлять ценность продукта через пользу клиента.

- Мини-лекция: «От описания к выгоде – что реально важно клиенту».
- Упражнение: «Экспертная рекомендация» – как формулировать уверенное мнение и совет.
- Ролевая игра: «Эксперт-продавец» – презентация с обратной связью от группы.

### **13:00 – 14:00 | Обед**

### **14:00 – 15:30 | Блок 8. Работа с возражениями: модель LAER (Слушай – Признай – Исследуй – Ответь)**

**Цель:** научиться уверенно реагировать на сомнения и отказы.

- Мини-лекция: типы возражений и их скрытые смыслы.
- Упражнение: «Разбор трудных случаев»: «Дорого», «Мы подумаем», «У нас есть поставщик».
- Ролевые пары: отработка диалога по LAER.
- Разбор: как сохранять уверенность и контакт.

#### **15:30 – 15:45 | Кофе-пауза**

#### **15:45 – 17:40 | Блок 9. Обработка контактов: что делать после выставки**

**Цель:** закрепить навыки фиксации и приоритизации контактов.

- Мини-лекция: «Первые 48 часов после выставки – решающие».
- Упражнение: «Сегментация лидов» – распределение по приоритетам А, В, С.
- Практика: «Follow-up письмо» – формулировка благодарности и предложения.
- Обсуждение: как поддерживать баланс между активностью и навязчивостью.

#### **17:40 – 18:00 | Итоги и завершение**

- Командное упражнение: «10 правил эффективной выставки».
- Рефлексия: что возьму в работу.
- Закрытие тренинга, обратная связь.

#### **Формы для самостоятельной работы**

1. Шаблон SMART-целей и KPI.
2. Карта подготовки «30/10/3 дня до выставки».
3. Модель AIDA (Внимание – Интерес – Желание – Действие).
4. Модель SPIN (Ситуация – Проблема – Последствие – Ценность).
5. Модель FAB (Характеристика – Преимущество – Польза).
6. Модель LAER (Слушай – Признай – Исследуй – Ответь).
7. Чек-лист поведения на стенде.
8. Матрица приоритетов лидов (А/В/С).
9. Шаблоны Follow-up писем.