

شاه کلید

حضور در نمایندگان

فروغ کیهانی نسب

بهار ۱۳۹۹

شاه کبید - ضویر نمایشگاه

تالیف: فروغ کیهانی نسب

طراحی جلد و صفحه آرایی: فروغ کیهانی نسب

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

ناشر: انتشارات ماهر کارآفرین

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۳۰۸-۰۲-۰

قیمت: ۱۴۰۰۰ تومان

نشانی: تهران، خیابان طالقانی، بعد از چهار راه ولی عصر(عج)، روبروی بورس کالا،

پلاک ۴۴۰، انتشارات ماهر کارآفرین، تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۹۰۰۴۹، نمابر: ۰۲۱-۶۶۴۹۰۰۴۷

فهرست مطالب

تاریخچه نمایشگاهها	۷
انواع نمایشگاه	۸
نقش مراکز نمایشگاهی	۱۱
را تصمیم به شرکت در نمایشگاه می گیریم	۱۴
تعیین	۱۶
ارزیابی ضرورت شرکت در نمایشگاه	۱۹
تعیین تیم اجرایی در غرفه	۲۰
نکات ضروری از نقش کارکنان غرفه	۲۵
مشخصات مهارت های لازم مدیر نمایشگاه	۲۷
روش های موثر جهت تبلیغات در نمایشگاه	۳۰
نقش روابط عمومی در نمایشگاه	۳۳
ارتباط کلامی کارآمد در نمایشگاه	۳۷
غرفه های نمایشگاه	۴۳
تاثیر رنگ ها در غرفه سازی	۵۰

مقدمه :

در دنیای کنونی که پویایی اقتصادی را شاهد می باشیم، کسب و کارهایی که قصد دارند در بین رقبای قدیمی و جدید خویش بقا یافته و رشد نمایند و سهم بازار خود را در سطوح مختلف داخلی و بین المللی گسترش دهند، نیازمند استفاده از تکنیک های بازاریابی دارند.

با توجه به اینکه فعالیت های نمایشگاهی موجبات پویایی بخش های اقتصادی را فراهم می آورد، نمایشگاهها از مهمترین شیوه های بازاریابی تلقی می گردند. یک راههای موثر و در عین حال هدفمند و پربرونق بازاریابی، حضور در نمایشگاهها می باشد که نتایج آن منجر به رشد اقتصادی می گردد.

نمایشگاه را می توان تبلیغ زنده، ناآید زنده در نمایشگاه عواملی چون تولیدکننده، توزیع کننده، مصرف کننده و کالا و خدمات در یک زمان و مکان مناسب گرد هم می آیند. محلی جهت به نمایش گذاشتن توانمندی ها و پیشرفت های یک کسب و کار، یک منطقه یا یک کشور است و همچنین موجب افزایش و بالا رفتن سطح اطلاعات و دانش علمی و فناوری مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان می شود.

در کشورهای مختلف جهان از جمله کشورهای آلمان، انگلستان، فرانسه، امارات متحده عربی، هنگ کنگ و سنگاپور که فعالیت های نمایشگاهی در آنها رونق بسیار داشته و به طور رقابت آمیزی در این عرصه فعالیت مینمایند، سازماندهی و برپایی نمایشگاه ها درآمدهای سرشاری را به ارمغان می آورد.