

展示会を成功させるために すべきこと 【装飾編】

- て 展示会の来場者にわかりやすいブースを作るべし
- ん 「ん！」と来場者の目を引くブースを作るべし
- じ じっとしていないで、体験&参加させるブースを作るべし
- か 限られたスペースを活用したブースを作るべし
- い 入口の向きは導線を考えたブースを作るべし

て 展示会の来場者にわかりやすいブースを作るべし

来場者がブースの前を「通り過ぎる」のは、ほんの短い間です。ほんの数歩。数秒の間。
ブースの上部に「会社名」を掲げていても、会社名で何を扱っている会社か分るでしょうか？

【何を扱っているのか】 わかりやすくすることが大事です。

「あれも置きたい。これも置きたい。」と様々な商品を数多く置くあまり、
どこにでもありそうな、よくわからないブースになってしまっている場合があります。

【製品・商品・サービスの特徴】 をわかりやすく展示することが大事です。

ん 「ん！」と来場者の目を引くブースを作るべし

ポイントは「一瞬」です

ブースへの集客において重要な役割を果たすのが、アイキャッチの要素です。
アイキャッチ×一瞬での強いインパクト＝ブースへ入場

【目を引くキャッチコピーを作りましょう。】

対象顧客の目を引くキャッチコピーのコツとは、顧客の課題を想定する課題解決の提案に不可欠な「ペルソナ」の設定をすることです。

「ペルソナ像」が具体的にできればなるほど課題の輪郭もくっきりと浮かび上がり、これをもとに考えたキャッチコピーは訴求力が高まります。

ペルソナ
とは・・・？

ビジネスでは
製品やサービスの
仮想のユーザー像のことを
言います。

じ

じっとしていないで、体験 & 参加させるブースを作るべし

展示会で製品をディスプレイし、アピールするのは当たり前ですが、
会場で実際に手に取ってもらい、体験してもらう事はとても効果があります。

混み合う店、行列のできる店は注目されます。展示ブースも同じことが言えます。
体験・参加させることで賑わいを演出したブースにすることができます。

五感を刺激する音やニオイで印象づけることのできるブースも効果があります。

か 限られたスペースを活用したブースを作るべし

出展ブースでは限られたスペースの中で、製品の展示、ブースの装飾などを行う為
ストックルームを作ることが出来ればよいですが、

出来ない場合は、

製品カタログや出展者様がお持ちになられたバッグ、製品・商品を持ってきた段ボールなど、
ブース内にそのまま放置してしまうことになってしまうと、
とても見栄えが悪く、印象も悪くなるのでせっかくのブースが台無しです。

なので、限られたスペースを活用して収納スペースを作りましょう。

い

入口の向きは導線を考えたブースを作るべし

入口の向きが悪くではお客様はブース内になかなか足を運んでくれません。

製品を奥側へ展示するようなブースでは、入り口を狭くしてしまうとブースの中に入りにくい空間が出来てしまい、来場者が展示製品までたどり着かない事があります。

展示製品を通路側へ設けても、入り口が狭かったりするとブース内のパネルを見てもらえない、商談スペースに誘いにくいなどのデメリットが生じる場合もあります。

なので、入口の向きは導線を考えた方向に作るようにしましょう。