**Программа тренинга «РАБОТА СТЕНДИСТОМ НА ВЫСТАВКЕ»**

1. **Особенности процесса обслуживания на выставке**
	* Понимание целей и задач. Цели: а) личная цель стендиста б) цель компании, участвующей в выставке.
	* Законы маркетинга: «Привлечь внимание, удержать внимание, заинтересовать, остаться в памяти посетителя, сформировать потребность в последующем общении.
	* Как привлечь посетителей на выставочный стенд, задача компании, задача отдельного стендиста.
	* Кто/Что является экспонатом стенда.
	* Каковы профессионально важные качества стендиста.
	* Что делать с «вредными привычками» стендиста.
	* Как связаны поведение стендиста на выставке и позитивный имидж Компании.
2. **Системность в работе стендиста**
	* Этапы общения с посетителями. Трансформация концепция продажи на выставке.

Шаг 1 – завлечение: определение в потоке посетителей потенциальных клиентов, привлечение внимания, формирование интереса.

Шаг 2 – классификация посетителя: экспресс диагностика психотипа посетителя. Определение целей посетителя.

Шаг 3 – стадия знакомства.

Шаг 4 - эффективная коммуникация: презентации компании / продукта / услуги. Связь презентации с целями посетителя.

Шаг 5 – достижение результата: управление диалогом, достижение предварительных договоренностей, умение результативно заканчивать разговор.

* + Работа стендиста вне стенда. Привлечение посетителей выставки на стенд.
	+ Исследование конкурентов. Выявление слабых зон конкурентов и получение преимущества над конкурентами. «Игра на своем поле». Выбор правильного позиционирования своих экспонатов.
1. **Знание своих сильных сторон. Настрой на результат**
	* Продуктовое преимущество. Понимание особенностей своих продуктов.
	* Понимание своего бренда.
	* Формирование установки: «Я люблю свой бренд, я люблю свой продукт, я уверен в успехе».
2. **Управление имиджем стендиста**
	* Значение имиджа стендиста.
	* Типичные ошибки в поведении и формируемом имидже.
	* Оценка имиджа каждого обучаемого на тренинге.
	* Выдача рекомендаций по формированию необходимого имиджа стендиста.
	* Влияние внешнего вида – главное, чтобы «костюмчик сидел».
	* «Аксессуары» работника выставки – мелочи выдаю сущность.
3. **Посетители стенда, психотипы, цели, конкуренты**
	* Типология DISC (психотипы). Почему эта типология применима к посетителям выставки. Четыре основных психотипа.
	* Подробное описание типов личностей.
	* Экспресс диагностика психотипа посетителя. Как без применения теста быстро определить кто перед тобой. Диагностика по манере поведения и диагностика по вопросам посетителя.
	* Потребности каждого психотипа.
	* Учет психотипа в общении со стендистом. Трансформация поведения стендиста в соответствии с психотипом посетителя.
	* Влияние целей посетителя на его поведение на стенде.
	* VIP клиенты, кто это такие. Внешние признаки VIP-клиента, мифы и реальности.
	* Выявление конкурента, пришедшего на стенд. Что делать с конкурентом.
4. **Установление контакта с посетителем**
	* Как установить контакт с посетителем выставки.
	* Как создать «правильное» первое впечатление в процессе обслуживания посетителей.
	* Зрительный контакт, как его использовать.
	* Первая фраза для клиента.
	* Общение на одной волне – как установить контакт с клиентом.
	* Вербальная подстройка – слова это не просто так.
	* Комплименты посетителю.
	* «Малый разговор». Разговор на отвлеченные темы. Запретные темы. Как долго говорить о «погоде».
	* Невербальная подстройка – что говорите вы, не произнося слов.
	* Коммуникативные ошибки или обо что можно споткнуться.
	* Барьеры коммуникации – враги общения с клиентом.
	* Техники активного слушания и принципы безбарьерного общения.
5. **Мастерство презентации стендиста**
	* Как провести презентацию своей Компании/Бренда/Продукта.
	* Презентация экспонируемого продукта - практика презентации.
	* Презентация для нескольких человек одновременно.
	* Ключевые элементы презентации (свойства – следствия – выгоды).
	* Влияние психотипа клиента на содержание презентации. Логика и эмоции - два направления в презентации экспоната (идеи).
	* Учет каналов восприятия информации (визуалы, аудиалы, кинестетики).
	* Аргументация в высказываниях стендиста. Что убедит подозрительного, скептического посетителя.
	* Приемы, повышающие заинтересованность посетителя: иллюстрация, метафора, сравнение, ассоциация, неожиданность, парадокс.
	* Учет объективных законов восприятия посетителями информации. Почему посетитель всё забывает, путает и запоминает то, о чем ему не говорили.
	* Как беседовать с посетителями: культура и техника речи стендиста.
6. **Получение контактов от посетителя. Завершение беседы**
	* Что должно остаться после завершения контакта.
	* Аргументация посетителю необходимости получения его контактов.
	* Завершение беседы с посетителем.
7. **Эффективная работа в нестандартных ситуациях**
	* Как отвечать на провокационные вопросы.
	* Как работать с возражениями посетителей стенда.
	* «Воры времени» – посетители, занимающие время на вопросы, не соотносимые с целями компании (рекламные агенты, распространители, «любители просто поговорить»).
	* Провокация – работа с эмоциями, сохранение нейтральной позиции, извлечение пользы.
	* Цейтнот – мастерство ведения диалога с несколькими посетителями, делегирование.
8. **Управление стрессом и поддержание работоспособности стендиста**
	* Как психологически подготовиться к обслуживанию посетителей на выставке.
	* Каковы психологические факторы нормализации стресса.
	* Как поддерживать эмоциональное равновесие и восстанавливать работоспособность.
	* Каковы приемы и техники саморегуляции.
9. **После выставки**
	* Что обязательно сделать после участия компании в выставке.
	* Почему посетитель забывает о нас. 48 часов для повторного контакта с посетителем.
	* Как работать с посетителями стенда, оставившими свои координаты.
	* Что включить в отчет по результатам работы на выставке.