

전시회 참가업체가 '반드시' 해야 할 사항들

The Power to Make It Happen at Trade Shows

목 차

제 1장 전시회 참가

제 2장 목표설정

제 3장 전시관 선택

제 4장 부스디자인

제 5장 전시회이전 · 전시기간동안 이벤트 마케팅

제 6장 전시회 컨퍼런스 · 언론매체 이용

제 7장 전시부스의 인원배치

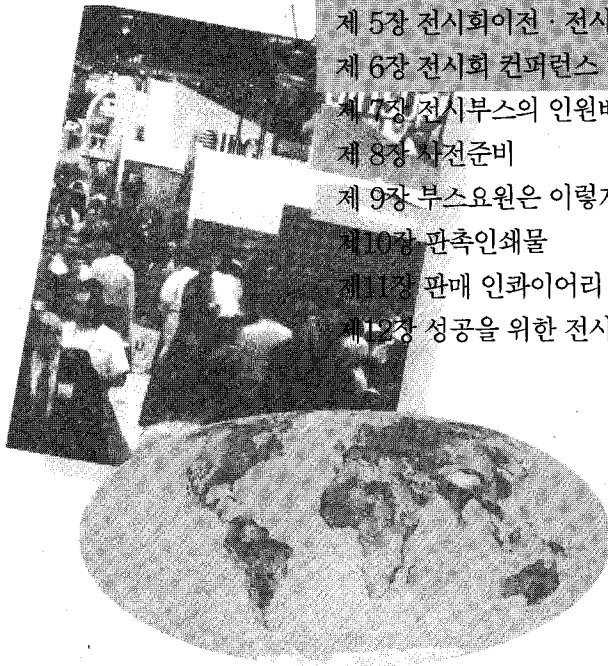
제 8장 사전준비

제 9장 부스요원은 이렇게 하라

제 10장 판촉인쇄물

제 11장 판매 인콰이어리 관리 분석 및 사후 처리(Follow - Up)

제 12장 성공을 위한 전시업체 체크리스트



전시회 참가업체가 '반드시' 해야 할 사항들

The Power to Make It Happen at Trade Shows

제4장 부스디자인

▶ 첫인상이 오래간다. 귀사부스의 첫인상이 좋다면 즉 귀사 업종에 맞는 전문이미지를 줄 수 있다면 그만큼 많은 바이어들이 귀사 전시장에 발을 멈출 것이다.

▶ 부스디자인을 하기 전 다음 질문에 답변하십시오.

1) 귀사 전시의 주제(theme)는 무엇이며 어떻게 그 주제를 전시할 것인가?

그것은 귀사 제품과 귀사 전시목표를 대표하는가?

2) 귀사 제품과 이를 실증(demonstrations)하는데 얼마의 전시면적이 필요한가?

3) 전시장에 귀사 직원 몇 명을 배치할 것인가? 직원 1명당 2평방미터(25평방피트)를 계획하십시오.

4) 전시기간동안 귀사부스에 몇 명의 방문객들이 올 것으로 예상하는가?

면적 2평방미터(25평방피트)에는 한번에 한 명씩 상당할 수 있습니다. 귀사제품과 예상하는 총 바이어수를 추정하여 필요한 전시면적을 결정하십시오..

5) 전시기간동안 귀사는 귀사의 신제품을 소개 할 계획인가? 그렇다면 신제품을 소개하고 실증할 수 있는 충분한 면적을 확보하십시오.

6) 귀사의 전시장에서 어떠한 활동을 할 것인가? 처음 사용한 부스를 몇 번이고 사용하면 비용을 나눌 수 있습니다. 그래픽만 변경해서 같은 부스(디자인)를 3개월 동안 8~10개의 전시회에 재사용할 수 있습니다. 전시장비를 재사용하면 할수록 그만큼 비용을 절감할 수 있습니다.

▶ 부스디자인에 대한 충고

다음 사항은 귀사가 선택하는 디자인 형태에 관계없이 기본적인 권고사항 몇 가지입니다.

1) 관심의 초점과 그 외 부수적인 두 세가지를 결정하십시오. 귀사의 판촉물과 활동을 보완하는 전시주제에 맞게 전시장을 꾸미십시오.

2) 부스디자인은 효율적인 교통흐름(traffic flow)에 맞아야 합니다.

3) 부스디자인과 설치 전문가들을 이용하십시오.

4) 3차원모형, 설계도면, 부스스케치를 계약이전에 살펴보십시오. 얼마나 쉽게 설치 될 수 있는가? 어떻게 선적·운송 할 수 있는가?

추가 변동사항을 고려하여 확정가격과 약속서를 받아 두십시오.

5) 잠금 장치가 된 보관창고, 판촉물·연장·조명등·동력전선·가방·기타 귀중품을 들 캐비닛을 포함하십시오.

전시회 참가업체가 '반드시' 해야 할 사항들

The Power to Make It Happen at Trade Shows

- 6) 내구자재의 전시품을 제작하십시오. 간단히 사용할 수 있는 페인트를 휴대하십시오.
- 7) 상담용 의자와 책상을 확인하십시오. 필요한 가구와 부스용 악세사리를 전시장업체로부터 임대할 수 있습니다.
- 8) 귀사 부스가 적당한 조명장치를 갖추었는지 확인하십시오.
귀사 부스를 눈에 잘 띄게 하는데 매우 중요합니다.
- 9) 동작과 음향을 전시에 맞게 사용하고 있나 검토하십시오.
마이크나 스피커를 이용하십시오. VCR, CD-ROM, PC, 기타 기구를 이용하여 귀사 제품의 이점과 프로그램에 대한 소개를 하십시오.
- 10) 벽면처리에 양면접착식 테이프(velcro)를 이용하면 벽면 손상 없이 그래픽을 붙이고 떼고 할 수 있습니다.
- 11) 표준크기와 색깔을 가진 자재를 쓰십시오. 이러한 자재는 쉽게 상점에서 구입할 수 있습니다.
- 12) 표지판으로 실크 스크린한 스테인리스스틸을 쓰면 보기도 좋고 재사용도 가능합니다.
- 13) 여러 번 반복 사용할 전시품은 마모가 쉽게 되지 않는 모퉁이가 둥근 것을 사용하십시오.
- 14) 설명문 작성자는 유의하십시오. 전시품은 책이 아니고 3차원의 판촉물입니다. 방문객은 주위 깊게 모든 설명문안을 읽을 만큼 시간을 보내지 않습니다.
정보표지 싸인은 눈높이에 설치하십시오. 판촉표지판은 천장에서 늘어뜨려 걸어 놓아 눈에 최고로 잘 띄게 하십시오.
- 15) 패널을 잘 만들어 쓰십시오.
- 16) 작은 싸인은 짙은 글자(접착제가 처리된)를 이용하십시오. 각종문자, 아교접착처리 플라스틱 글자, 콜크글자 등도 이용할 수 있습니다. 작은 크기로 실크스크린한 독립된 그래픽 싸인을 개발하여 쓰십시오. 전문업체에 미리 주문하십시오, 회사 상호 또는 싸인을 전문업체들에서 제작하여 눈에 띄게 만드십시오.
- 17) 흠이나 결점을 감추기 위해 무광라카를 벽면에 칠하십시오.
- 18) 가능하면 라텍스페인트 롤러를 이용하십시오. 빨리 건조되면 값도 싸고 쉽게 전시장 마루 면에 이용할 수 있습니다.
- 19) 간단한 색깔부호(Color code)와 디자인 시스템을 개발하시면 전시품 반입·반출시 쉽게 귀사 전시품 위치를 체크할 수 있습니다.
- 20) 귀사가 보여주어야 하는 전반적인 인상은 귀사 최고의 전문이미지라는 것을 절대 잊지 마십시오.
- 21) 방문객들에게 보여주지 말아야 할 곳은 칸막이나 스크린으로 가리워 주십시오.
- 22) 모든 보급품과 서비스를 사전에 발주하여 부족에 대비하고 오버타임 비용을 최소화하십시오. 전시업체 매뉴얼(Exhibitor Manual)과 전시장 계약서에 상세한 사항이 기술되어 있습니다.

전시회 참가업체가 '반드시' 해야 할 사항들

The Power to Make It Happen at Trade Shows

- 23) 멀리서도 볼 수 있게 표시판(Signs)을 디자인하십시오. 회사로고가 선명하게 보이도록 하십시오.
 - 24) 전시품과 판촉물상자를 포장하거나, 열 수 있는 공구와 장비의 필요여부를 미리 확인하십시오.
 - 25) 귀사의 가장 흥미 있는 제품과 서비스만을 전시하십시오.
 - 26) 부스디자인과 그 주제와 일치하는 광고프로그램을 만드십시오.
 - 27) 부스내의 모든 내용물 제품·악세서리·공구·기타 모든 물품의 상세한 리스트를 작성하십시오. 부스설치 또는 철거시 이 리스트를 이용하십시오.
 - 28) 전시업체 서비스 매뉴얼을 세밀하게 읽어보시고 필요한 주문 계약서를 이용하십시오.
 - 29) 전시품의 상세 도면을 그리십시오. 모든 것이 어느 곳에 설치될 것인가를 당신이 알고 있는지 확인하십시오. 적당히 추측해서는 안됩니다.
 - 30) 전화가 필요한지 어디에 설치할지 결정하십시오.
 - 31) 제품설명을 위해서 확성기가 필요한지 결정하시고 그 소리가 바로 이웃 전시업체에 주는 효과를 고려하십시오.
 - 32) 행운권과 상품이 있다면 콘테스트 방법과 행운권을 탈 수 있는 자격은 무엇인지, 당첨자 이름을 발표하는 방법을 결정하십시오. 귀사 제품에 적절한 상품증정을 하십시오.
 - 33) 동작실증(moving demonstration), 배우, 기타 설명기법(부스내 무대)을 이용한다면 그 활동에 필요한 공간을 확보하십시오.
 - 34) 귀사 부스 위 공간에 걸어두는 싸인(hanging signs)을 사용하면 더 많은 바이어들을 끌어들이 수 있습니다.
 - 35) 귀사 디자인과 관련하여 귀사 부스주제를 언제나 기억하십시오.
 - 36) 귀사는 전시주관사의 패키지부스에 참가할 수 있습니다. 자세한 것은 언제나 전시주관사 또는 주관사의 한국사무소에 문의하십시오.
- 마지막 전시품을 선적하기 전에 뒤로 물러서서 객관적으로 귀하가 행한 것을 살펴보십시오. 당신 자신이 귀사 부스 앞에 서 있는 방문객이라고 상상해 보십시오. "이 부스는 꽤 흥미 있군. 그럼 들어가 볼까"라는 생각이 든다면 이제 전시품을 포장하여 성공적인 전시를 위해 선적하십시오.

제5장 전시회이전·전시기간동안 이벤트 마케팅

- ▶ 전시회 개최 전 홍보는 귀사의 전시활동에 성공을 가져옵니다.
- ▶ 무료고객입장권을 귀사의 고객들에게 우송하십시오. 입장권은 저회(IPR)가 배포

전시회 참가업체가 '반드시' 해야 할 사항들 The Power to Make It Happen at Trade Shows

하고 있습니다. 다음과 같이 무료입장권을 배포해야 합니다.

- 1) 판매대리점과 지사를 통해서
- 2) 귀사의 주고객들에게 우송을 하고 DM이나 전화로 연락한다.
- 3) 전시회 개최 30일~90일전에 모든 판촉물과 함께
- 4) 귀사의 고객들이 참가하는 모임에서
- 5) 전문지 광고에 "무료입장권 요청하세요"라고 홍보
- 6) 전시회에 관심을 가진 협회 단체 회원들에게
- 7) 기업들이 참가하는 마케팅 모임에서

▶ 성공적인 전시업체들이 전시회 이전에 시행하는 홍보

- 1) 귀사판매요원과 전시회참가와 관련된 모든 정보를 수록한 인쇄물을 기존·예상고객들에게 배포
- 2) 기존고객과 예상고객들에게 편지로 전시회 홍보, 뉴스레터도 함께 발송 "저희 부스로 오십시오(See us at OO)" logo sheets를 만들어 이용하십시오. 전시회 로고는 저희(IPR)가 제공합니다.
- 3) 모든 직원들에게 귀사가 전시회에 참가한다는 것을 알려주십시오. 그리하면 그들이 귀사의 고객들에게 귀사 참가를 알릴 것입니다.
- 4) 전시회 개최 한달전(month) 발간되는 잡지신문등의 광고에 귀사의 전시참가에 대한 짙막한 알림을 하십시오.
- 5) 전시회 개최전과 전시기간중 신제품 또는 기존 제품의 새로운 혜택(benefits)을 소개하기 위해 기자회견을 계획하십시오.
전시회에 나와 있는 언론매체들을 포함시키십시오.
- 6) 전시회 기자실에 배포할 보도자료(press kits)를 준비하십시오.
- 7) 기존 고객·예상고객들과의 전시장내 미팅을 준비하십시오.
- 8) 전시회 컨퍼런스에 유명인사가 나온다는 것을 크게 알리십시오.
- 9) 귀사의 세미나(일시·장소·주제)를 홍보하십시오.

DM

Direct Mail은 전시업체들이 꼭 해야 할 효과적인 홍보도구입니다. 이 DM을 통해서 귀사의 전시회 참가를 nr사 고객·예상고객들이 알게 됩니다. 전시회가 끝난 후 보내는 DM은 귀사 고객들에게 귀사 제품에 대한 확신을 다시 한번 갖게 할 것입니다.

DM을 성공적으로 이용하는 방법은 다음과 같습니다.

- 1) 편지나 초청장을 무료입장권과 함께 귀사의 예상 고객들에게 우송하십시오.
- 2) 귀사의 사무용품에 특별히 고안된 초청장을 추가하여 준비하십시오.

전시회 참가업체가 '반드시' 해야 할 사항들 The Power to Make It Happen at Trade Shows

- 3) 귀사의 회사봉투에 스티커를 붙이십시오.
 - 4) 주요 예상 고객들에게는 특별 판촉 인쇄물을 준비하십시오.
 - 5) 인센티브·선물·기념품·경품등이 귀사 전시관 방문객들에게 제공됨을 알려십시오.
 - 6) 귀사 봉투에 짧은 메시지를 인쇄하여 전시장내 귀사 부스를 알려십시오.
 - 7) 초청장과 함께 귀사 제품을 대표하는 기념품을 보내십시오.
 - 8) DM캠페인에 이용할 주요고객 리스트를 유료로 이용하십시오.
- 사전 계획은 귀사의 전시회 참가 홍보에 필수적입니다. 귀사 제품에 대하여 고객들로 하여금 관심을 집중시키십시오. 홍보에 이용되는 매체와 행사는 다음과 같습니다.

- 전시회 디렉토리
- 전시회 신문
- 전시장 빌보드(옥외광고)
- 전시기간 중 주요고객을 위한 리셉션
- 다른 전시업체들이 귀사 제품을 설명회에 이용하도록 귀사 제품을 제공하십시오.
- 상품·경품·기념품 증정



▶ 컨퍼런스와 특별 세미나의 혜택(benefits)

산업이 직면한 현안문제를 이해하는데 교육적 가치가 매우 큰 것이 컨퍼런스이다. 또한 귀사의 스피커(발표자)를 마케팅 도구로 이용할 수 있다.

▶ 언론 매체와의 관계 수립

- 1) 전시회 개최전 매체에 보도자료를 보낸다.
- 2) 신제품 발표시 언론매체를 활용한다.
- 3) 보도자료를 준비하여 기자실(Press Center)에 배포한다.
- 4) 카메라를 준비하여 전시장내 귀사 부스를 방문하는 VIP와 함께 귀사 중역진을 촬영하여 홍보자료로 활용한다.
- 5) 기자단과 조찬·오찬을 가짐으로써 고나련 기자단들과 친목을 증진한다.
- 6) 전시회에 참가하는 기자단에게 사후에도 제품정보를 우송하고, 전시기간동안 받은 혜택에 사후 감사를 표시한다. 감사편지를 보낸다.

(다음호에 계속)