

Internationaal groeien

Een beurs of salon voorbereiden met hub.brussels

Mijn checklist

Inleiding

Deelnemen aan een internationale beurs is een unieke kans om je zichtbaarheid te vergroten, partners te ontmoeten en nieuwe markten te veroveren.

Deze checklist is gemaakt om je te helpen bij de voorbereiding van dit evenement, zodat je een blijvende indruk kunt nalaten en er alles uit kunt halen.

1. Vóór de beurs

Zakelijke voorbereiding

Een beurs biedt mooie opportuniteiten voor je bedrijf. Je moet wel goed weten wat je doelen zijn en ze niet uit het oog verliezen.

☐ Bepaal je commerciële doelen. Ik kom naar de beurs om ...

(mijn merkimago te verbeteren, mijn aanbod te vergelijken met de markt, mijn klanten te leren kennen...). Vergeet niet om voor elk doel realistische KPI's op te stellen.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

☐ Maak een pitch per bezoekersprofiel

Vraag altijd naar iemands functie voordat je je product of dienst aanprijst, zo verlies je geen tijd aan personen voor wie je product of dienst niet zo interessant is.

Je pitch :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

☐ Plan je afspraken van tevoren

- Neem contact op met je doelgroep
- Bezorg hen je brochure
- Plan afspraken via de app van de beurs (indien mogelijk)

☐ **Bekijk de concurrentie**

- Wie zijn mijn concurrenten in het land of de landen voor mijn product/dienst?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Wat zijn hun troeven? Mijn troeven?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Wat zijn de gemiddelde verkoopprijzen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Waar worden hun producten/diensten verkocht?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

☐ **Informeer je over de markt in het land van de beurs/het salon**

- Welke trends zijn er?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Wat zijn de geldende voorschriften?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Hoe ontwikkelt de markt zich?

.....

.....

.....

.....

.....

- Neem contact op met de algemeen afgevaardigden van hub.brussels om te kijken welke prospects je kunt uitnodigen en ontmoeten, vooral voor markten die je minder goed kent. Ga naar <https://hub.brussels/nl/internationale-netwerk/>
- Controleer [hier](#) de beschikbare landenfiches

☐ **Identificeer je klanten**

- Wie zijn je mogelijke klanten?

.....

.....

.....

.....

.....

- Hoe is de markt verdeeld?

.....

.....

.....

.....

.....

- Wat zijn hun huidige behoeften?

.....

.....

.....

.....

.....

- Zijn er specifieke kenmerken in de bedrijfscultuur?

.....

.....

.....

.....

.....

Communicatievoorbereiding

Een beurs organiseren is 90% op voorhand. Informeer je prospects ruim van tevoren van je komst naar de beurs en leg je afspraken op voorhand vast. Goede communicatie is dan ook heel belangrijk.

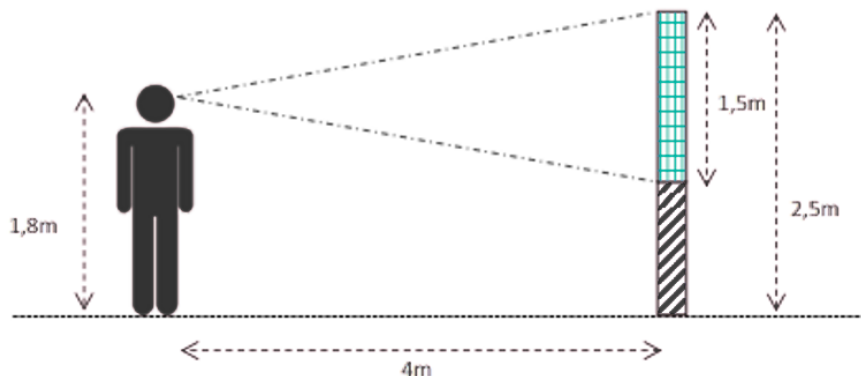
☐ Voer je gegevens in op het platform van de beurs

☐ Laat drie tot vier weken op voorhand en via verschillende kanalen weten dat je naar de beurs komt

- Sociale media
- Nieuwsbrief
- Website
- E-mailhandtekening
- Vergeet niet je hal en standnummer te vermelden

☐ Denk na over de inkleding van je stand

- Stel jezelf voor dat je een bezoeker bent
 - Gebruik geen vaktaal
 - Gebruik geen ingewikkelde schema's
 - Schrijf geen te lange teksten
- Focus op maximaal 1 tot 3 belangrijke boodschappen: wat je te bieden hebt, wat je van de concurrentie onderscheidt
- Neem een roll-up mee als de indeling en ruimte van je stand dat toelaten
- Zorg voor Engelse ondertitels als je een video op je stand laat zien
- Houd er rekening mee dat het bovenste deel van je stand (scherm, ontvangstbalie, mensen op de stand) een deel van de boodschap zal verbergen → plaats geen belangrijke informatie onderaan het beeldmateriaal:



HR- en logistieke voorbereiding

☐ Bestel je meubilair ruim op tijd

☐ Boek zo snel mogelijk een plek om te overnachten

- Kies voor een plek die vanaf de beurs makkelijk te bereiken is met het openbaar vervoer
- Bekijk de opties van de organisatoren van de beurs

☐ Kom niet alleen naar de beurs

Je komt best met minstens twee personen naar de beurs: één persoon blijft altijd op de stand, terwijl de andere de rest van de beurs verkent

☐ Zorg voor minstens één persoon met een uitstekende kennis van het Engels, de taal van het bedrijfsleven

☐ Zorg voor voldoende voorraad (als je producten presenteert):

- Leg de focus op je belangrijkste of nieuwste producten
- Werk met samples die makkelijk mee te nemen zijn voor de klant en jezelf
- (voeding) Zorg voor eetgerei (lepel, kommetje, schoteltje ...) om je producten te laten proeven door je potentiële klanten

☐ Voorzie:

- Benodigdheden (nietjesmachine, marker, pen, plakbriefjes, notitieboekje): om je contacten makkelijk te sorteren op prioriteit en/of type (klanten, verdelers, partners, leveranciers...)
- Gepaste kleding
 - Een overhemd, blazer, mantelpakje (of andere formele kleding) is niet altijd een goed idee. Het is vaak erg warm in een beurshal en daarom is het beter om je 'comfortabel' te kleden.
 - Een T-shirt of polo met je merknaam kan een gespreksstarter zijn, zelfs wanneer je niet op je stand bent
- Voldoende visitekaartjes (op papier of digitaal)

2. Tijdens de beurs

Het is zover! Alles is klaar om bezoekers en potentiële klanten te ontvangen. Haal even diep adem en let op het volgende:

☐ Wees uitnodigend

- Blijf niet achter je desk zitten
- Blijf niet achter je computer zitten
- Glimlach wanneer mensen voorbij je stand komen
- Ga in het gangpad staan om voorbijgangers subtiel naar je stand te leiden

☐ Richt het gesprek op de bezoekers

- Probeer ze over zichzelf te laten praten in plaats van over jou
- Vraag wat hun doelen/behoefte zijn
- Stel vragen en vertel verhalen, anekdotes (markante of inspirerende verhalen zullen bezoekers makkelijker onthouden dan een pitch, hoe goed die ook is)

☐ Plan vervolgspraken voordat ze de stand verlaten

☐ Zorg dat er altijd iemand op je stand is

☐ Wacht niet tot het einde van de dag om bezoekers te ordenen/in te delen.

- Breng hun profiel in kaart
- Noteer waarvoor ze interesse toonden
- Noteer wat hen mogelijk heeft tegengehouden, hun twijfels
- Noteer wat je meegegeven hebt

☐ Wees klaar om moeilijke vragen of stellingen te beantwoorden

- "Waarom zou ik met u moeten samenwerken als er uitstekende lokale spelers zijn?"
- "Waarom zou ik met een klein bedrijf zoals u moeten samenwerken?"
- "Is uw oplossing niet te duur voor onze markt?"

☐ Neem deel aan de activiteiten van de beurs

- Dit is een mogelijkheid om jezelf ook buiten je stand te laten zien

☐ Controleer de eerste dag je opvattingen over

- Je prijzen
- De lokale beperkingen
- De belangrijkste spelers die je op voorhand hebt opgezocht
- De behoeften van de markt

- ☐ Blijf op de diverse kanalen communiceren over je aanwezigheid op de beurs
- ☐ Nodig je prospects uit voor de meer 'informele' evenementen aan het einde van de dag als je op een collectief paviljoen staat
- ☐ Praat met de andere standhouders (op een collectieve stand)

Er is geen betere manier om goede werkwijzen, tips en valkuilen uit te wisselen

- ☐ Bezoek de stands van je concurrenten 'incognito'
- ☐ Verwaarloos de laatste dag niet

Formulier voor de opvolging van prospects tijdens een vakbeurs

Doelstellingen

Dit sjabloon kun je gebruiken om contacten met prospects tijdens een vakbeurs te noteren

Bedrijf:

Naam

Functie

Datum/uur

Bezorgde documenten:

- ☐ Technische tabel
- ☐ Folder
- ☐ Witboek

Evaluatie:

Budget

Bevoegdheid

Behoeften

Resultaten van het gesprek:

Actiepunt 1

Actiepunt 2

Actiepunt 3

3. Na de beurs

☐ Geef feedback over je aanwezigheid op de beurs

- Op je website (artikel, blog ...)
- Op de sociale media

☐ Neem snel contact op met de leads die je op de beurs hebt verzameld

- Ga voor een persoonlijke aanpak en verwijst naar de dingen die jullie op de beurs besproken hebben
- Aarzel niet om opnieuw brochures (in digitaal formaat) te sturen

☐ Maak een onderscheid tussen twee soorten contacten

- Lange termijn: mensen die om info hebben gevraagd, maar nog niet meteen willen toehappen
- Korte termijn: mensen die meteen willen onderhandelen

Als je twijfelt over een potentiële klant/partner, vraag dan de algemeen afgevaardigden van hub.brussels om hulp. Zij hebben toegang tot betrouwbare bedrijfsgegevens die niet openbaar zijn.

☐ Maak een evaluatie van de beurs

- Aantal verkregen leads
- Aantal afspraken na de beurs
- Gegenereerde omzet dankzij de beurs (op lange termijn)
- Conversiepercentage van leads
- Relevantie van de bezoekers
- Aantal bezoekers aan de stand

Criterium	Note /5	Korte opmerking
Aantal goede contacten		
Kwaliteit van de gesprekken		
Gegenereerde omzet		
Geschatte ROI		
Zichtbaarheid/bekendheid		
Organisatie en logistiek		