



EVENT PROPERTY

ДМИТРИЙ САВАТЕЕВ

ВЫСТАВКИ В СФЕРЕ ЗАРУБЕЖНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Пациент скорее жив, чем мертв?
10 успешных правил работы на event-мероприятиях



МИНУТКА СКРОМНОСТИ

ДМИТРИЙ САВАТЕЕВ

Генеральный директор, совладелец
RPGmedia и Event Property

150+ сайтов в сфере зарубежной недвижимости
1000+ заявок приводим нашим клиентам каждый день

Провели 3 выставки испанской недвижимости
и 3 конференции экспертов рынка зарубежной
недвижимости



8-10 НОЯБРЯ

Наше следующее мероприятие

MIPIF¹

**MOSCOW INTERNATIONAL PROPERTY
INVESTMENT FORUM**

Выставка-форум

ИНВЕСТИЦИИ В ЗАРУБЕЖНУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ

A low-angle, upward-looking photograph of several modern skyscrapers with glass facades. The image is heavily tinted with a deep blue color, creating a sense of height and architectural scale. The perspective is from the ground looking up, with the buildings converging towards the top of the frame.

ПОЧЕМУ СТАНДАРТНЫЕ ВЫСТАВКИ
НЕ РАБОТАЮТ?

1.

Нет горячих клиентов,
потому что нет
дополнительной ценности
для них

2.

Слабая рекламная кампания,
слабый маркетинг

3.

Выставка должна быть для
покупателя, а не для
продавца. Если покупателю
хорошо, то и продавец
продаст

Есть, на самом деле, ещё одна причина отсутствия результата на выставках. И эта причина – неправильная подготовка к выставке и работа экспонентов на выставке.



10

РЕКОМЕНДАЦИЙ
ДЛЯ ЭКСПОНЕНТОВ



EVENT PROPERTY

Обязательно указывайте

БОЛЬШИМИ БУКВАМИ

в дизайне стенда ваш Регион или город, где вы находитесь и продаёте объекты.

Если есть крутое УТП – указывайте УТП.

Например, если вы сможете гарантировать 15% доходности – напишите об этом

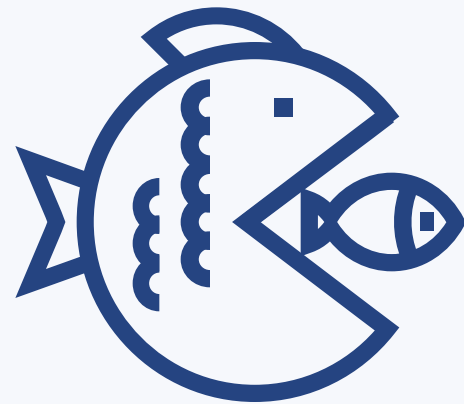


СЕМИНАРЫ

Если на выставке есть возможность прочитать семинар – обязательно воспользуйтесь этой возможностью. Очень важно обратить внимание на выбор темы, потому что именно от этого будет зависеть, какая аудитория придёт к вам на семинар.

Не экономьте на людях

Лучше взять с собой несколько дополнительных человек. Если выставка хорошая – вы сможете обработать больше клиентов.



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РОЛЕЙ

Для первичной обработки (выявление горячих клиентов и отсеивание холодных) и продавцов.



Первичная обработка за инфостойкой, горячие клиенты сажаются за стол. Нужно уметь отсеивать холодных клиентов и городских сумасшедших, чтобы не упустить того, самого на 5 млн евро

Руководитель компании, либо начальник
отдела продаж должен обязательно лично
присутствовать на выставке



АКЦИИ

Соблюдайте правила продаж

- Задавайте вопросы
- Смотрите в глаза
- Улыбайтесь

- Если клиент был в вашем регионе, обязательно поговорите о местах, где он мог бывать. Это позволит завести непринуждённый дружеский разговор.

— ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТА

Подготовьте **анкеты** для заполнения потребностей клиента, либо возьмите **планшет с AmoCRM**. Это вызовет больше доверия, чем краткая запись на клочке бумаги.

Имя

Email

Детальное описание

ФОРМА ОДЕЖДЫ

Она тоже может сыграть свою роль.

The image features a minimalist, stylized face composed of geometric shapes: a large light blue vertical bar for the forehead, a dark blue vertical bar for the nose, a light blue circle for the mouth, and several light blue diagonal lines for the cheeks. The text is centered on the face.

НЕ ПЕЙТЕ АЛКОГОЛЬ

(даже чуть-чуть)



Правило работы на Конгрессах и Конференциях

Пейте ...
... и пойте

Нетворнинг, нетворкинг, нетворкинг!



Всем спасибо!

С Вами был **ДМИТРИЙ САВАТЕЕВ!**