

FUAR KATILIM KILAVUZU

UYGUN FUAR SEÇİMİ:

Her yıl, çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yüzlerce fuar düzenlenir. Önemli olan firma için doğru fuarı seçmektir.

Bir fuara katılmaya karar vermeden önce aşağıdaki konularda araştırma yapılması önemlidir. Soruların büyük bir kısmı "EVET" ise; pazara hakimsiniz ve ne yapmak istediğinizi biliyorsunuz demektir. Bundan sonraki adım, bütçenize göre fuara katılım konusunda karar vermek olacaktır.

Cevaplarınızın büyük çoğunluğu "HAYIR" ise, fuar ve pazar hakkında daha detaylı bilgi edinmeniz ve fuar katılım kararınızı buna göre yeniden gözden geçirmeniz yerinde olacaktır.

	E	H
Firmanızın genel pazarlama hedefleri fuar katılımına uygun mudur?		
Ürünleriniz, fuara katılacağınız ülke veya bölge pazarı için uygun mudur?		
Fuarın yapılacağı ülkenin gümrük mevzuatını biliyor musunuz?		
Fuara katılacağınız ülke veya pazardaki arz-talep dengesini araştırdınız mı?		
Pazarla ilgili ihracat kolaylıklarının araştırılması ve pazardaki sektörle ilgili boşlukları ve ihtiyaçları tespit ettiniz mi?		
Potansiyel alıcılarınızın profili nedir? Ürünleriniz bu alıcıların ihtiyaçlarını karşılıyor mu?		
Pazardaki iç piyasa fiyatlarını biliyor musunuz?		
Rakiplerinizi tanıyor musunuz?		
Fuara katılacak firmaların ve ziyaretçilerin profilini biliyor musunuz?		
Fuara katılımın maliyetini biliyor musunuz?		
Fuarda sergilenecek ürün gruplarını biliyor musunuz?		
Fuarın geçmiş yıllardaki ziyaretçi kitlesini, katılımcı firmaların sergilediği ürünleri, katılımcı firmaların fuar hakkında görüşlerini incelediniz mi?		
Pazara girişte muhtemel engeller hakkında bilgi edindiniz mi? (nakliye, gümrük, kota, vergiler,..)		
Fuarın hitap ettiği alan ve kitleyi incelediniz mi?		
Fuarın katılımcı ve ziyaretçi açısından uluslararasılık düzeyini araştırdınız mı?		
Fuardan sonra işin geliştirilmesi için bu pazara para ve zaman yatırımı yapabilecek misiniz ve kaynaklarınızın ne olduğunu biliyor musunuz?		
Fuar teşviklerini kapsamlı olarak araştırdınız mı?		
Katılacağınız fuardaki seminer, konferans gibi etkinlikleri önceden araştırdınız mı?		
Katılım sağlanacak fuarın Sektörel Fuar mı, Milli Katılım Fuarı mı olduğunu biliyor musunuz?		
NOT: Özellikle Sektörel fuar seçimi yapılmalıdır çünkü orada hem rakiplerinizin ürünlerini görerek kendi ürününüzde geliştirme yapabilir; hem de sektörün durumunu analiz ederek sizin bu sektördeki yerinizi öğrenebilirsiniz. Milli Katımlı fuarlar, farklı sektörde yer alan firmaların da katılımına açık olup; sektörel fuarlarda sektörde faaliyet gösteren firmalar ve yan sanayiciler yer almaktadır.		

BÜTÇELENDİRME:

Fuar katılımında başlıca maliyet kalemleri aşağıda sıralanmıştır. Fuar bütçesi oluştururken, aşağıdaki konularda hizmet alınacak kuruluşlar ile görüşülerek teklif alınmalı, yaklaşık bir maliyet çıkarıldıktan sonra fuara katılım konusunda karar verilmelidir.

Katılım sağlanacak olan fuar için devlet desteklerinin araştırılması

NOT: Organizatör ile sözleşme imzalanmadan önce bu fuar ile ilgili herhangi bir devlet desteği var mı öğrenilmeli ve bu desteğin kapsamı ile firmanızın bu destekten yararlanıp yararlanamayacağı ortaya konulmalıdır.

Fuarın yapılacağı ülkenin vize maliyeti (katılacak kişi sayısı göz önünde bulundurulmalıdır.)

NOT: Organizasyon firması ile çalışılacak ise ücrete dahil olacaktır ancak; bireysel olarak da temin edilebilir.

Fuar giriş biletlerinin ücreti

NOT: Organizasyon firması ile çalışılacak ise ücrete dahil olacaktır ancak; bireysel olarak da temin edilebilir.

Fuar organizatörüne ödenecek yer ve stand bedeli ile ilave malzemelerin kira ücreti

NOT: Bazı fuarlar, sektörlerinin lider fuarı olduklarından ve sadece 2-3 yılda bir yapıldığından, yer tahsis edilebilmesi için zamanında başvurmak çok önemlidir. Lütfen başvuru sürelerini dikkate alın.

Fuara göndereceğiniz ürünlerin nakliye, gümrük, depolama ve sigorta maliyeti

Özel stant yaptırılmayı düşünüyorsanız standın tasarım, üretim, nakliye ve montaj bedeli

Stant ekstra giderleri (elektrik, su, basınçlı hava, internet, telefon vs.)

Reklam-promosyon giderleri (Fuar katalogu, Basılı dokümanlar, tanıtım masrafları)

Ulaşım ve konaklama giderleri

NOT: Organizasyon firması ile çalışılacak ise ücrete dahil olacaktır ancak; bireysel olarak da temin edilebilir.

Tercüman-hostes-ikram için personel gideri (tercih edilmesi halinde)

NOT: Fuar boyunca ikramlık, hediye, çay-kahve için gerekli alışveriş önceden yapılmalıdır.

FUAR KATILIM KILAVUZU

HEDEFLERİN BELİRLENMESİ

Fuara katılmadan önce katılacağınız fuara dair hedeflerinizi belirlemeniz gerekmektedir. Belirlediğiniz hedefler fuar öncesi ve fuar boyunca yapacağınız çalışmalara yön verecektir.

Unutulmamalıdır ki; firmanızda, fuar için çalışan tüm ekibin aynı hedef doğrultusunda işbirliği yapmasını sağlamak gerekmektedir.

Katılım hedefleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Pazar araştırmaları düzenlemek
- Yeni pazarlara ve ülkelere açılmak
- Şirketinize pazar içerisinde yeni bir yer edinmek.
- Şirketinizin imajını vurgulamak
- Yeni ürünleri ve hizmetleri tanıtmak.
- Ürünlerin uluslararası seviyede tanıtımını sağlamak.
- Satışları artırmak ve yeni sipariş almak.
- Satış sürecini hızlandırmak.
- Mevcut müşteriler ile ilişkileri geliştirmek.
- Yeni müşteri kazanmak.
- Benzeri ürünlerin uluslararası alanda satış sürecini takip etmek.
- Rekabeti kontrol etmek

HEDEF KİTLENİN BELİRLENMESİ

Fuarda hedeflenen kitleye yönelik, reklam ve tanıtım materyallerinizi hazırlamanızda, fuar ekibini oluşturmada hedef kitleniz belirleyici olacaktır. Ürünlerinizin satış ve tanıtım aşamasında kolaylık ve hız kazandırması açısından yapılması gereken bir çalışmadır. Hedef kitlenin belirlenmesi ürünlerinizin tanıtımı açısından fuarın daha verimli geçmesini sağlayacaktır.

Hedef kitle şu şekilde belirlenebilir:

- İmalatçılar
- Toptancılar
- Tedarikçiler
- Perakendeciler
- Basın
- Nihai tüketici
- Halk
- Acenteler
- Kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri

PLANLAMA VE ORGANİZASYON

Fuar organizasyonunu yapacak firmanın belirlenmesi.

Organizatör ile sözleşme imzalanmadan önce fuar plan taslağı incelenip uygun yer ve m2 yer alınmalıdır. Fuar Sandığının nakliyesi m2 fiyatına dahil mi değil mi ve teşvik kapsamında mı öğrenilmesi gerekir.

NOT: Genellikle katılımcılar fuardaki yerlerini beğenmediklerinden; stant alanının seçilerek standın doğru konumlandırılması çok önemlidir. Firmanın tercihinə göre; rakiplerine yakın/uzak olan, cepheleri açık olabilecek, kapı girişlerine yakın ve ürünleri rahatça sergileyebilecek yeterli m2 yer satın alınması önerilmektedir.

Sözleşmede Stantlı veya Stantsız katılım belirlenerek; stantlı katılım olacak ise stant tasarımı yapılmalıdır.

Stant Tipi ve Şekli

Standınız, fuardaki başarınızı etkileyen en önemli kriterlerden biridir ve gelen ziyaretçiyi, firmanızın gülen yüzü olarak karşılamalı, ürünleriniz ve organizasyonunuz hakkında merak uyandırmalıdır.

Ürünlerinizin stant içerisindeki yerleşimi, standınızın renkleri, ziyaretçiye serbestçe dolaşma imkanı tanınması gibi faktörler gözardı edilmemeli, tüm bu konularda muhakkak profesyonel bir firma ile görüşülerek fikir alınmalıdır.

Fuar Standı tasarımı ve dekorasyonu ile ilgili aşağıdaki unsurların göz önünde bulundurulması önerilmektedir:

1. Standın amacına uygun tasarlanması
2. Seçilen stant çeşidi ve alanına uygun stant inşası ve dekorasyonu
3. Stant dekorasyonu malzemeleri
4. Stant Yerleşimi
5. Grafik kullanımı
6. Stant aydınlatma teknikleri
7. Stant teknik ihtiyaçları
8. Standın ziyaretçiler tarafından hatırlanır kılınması

FUAR KATILIM KILAVUZU

Organizatör firmanın, fuarın yapılacağı ülke ilgili bilgileri temin etmesi (ülke raporu, Ticaret/Sanayi Odası bilgileri, Ticaret Ateşesi bilgisi vb.) ve gerekirse ilgili ülkenin Ticaret ve/veya Sanayi Odası ile Ticaret Ateşeliği'nden randevu alması talep edilebilir.

Fuar standınızı ziyaret etmesi için pazardaki mevcut ve potansiyel müşterilere davetiye gönderilmesi.

FUARA HAZIRLIK

a) Fuar Öncesi Yapılması Gerekenler:

Fuara katılacak personelin belirlenmesi.

Fuara katılacak personelin pazarlamacı ya da AR-GE departmanı personeli olması önerilmekte olup; aşağıdaki özellikleri içeriyor olması tercih sebebidir:

- Seyahat etmeye istekli, seyahate engel yaratacak bir sağlık sorunu olmayan
- Fuarlara katılım konusunda tecrübeli
- Yabancı dil bilgisine sahip
- İnsan ilişkilerine açık ve kendine güvenli
- Hızlı kavrama yeteneği olup, doğaçlama çözümler üretebilen
- Firma ve ürünler hakkında bilgili
- Firmanın pazarlama stratejisi, satış politikaları hakkında bilgili
- Prezantabl ve firmayı taşıyabilecek kapasitede,
- Fuar esnasında firmayı ve sattığı malı iyi anlatabilen, müşterinin ne istediğini iyi anlayabilen, müşterinin talebini ve bütün görüşmeyi not edebilecek biri olmalıdır.

Ayrıca, görüştüğü tüm ziyaretçilerin iletişim bilgilerini almalıdır. Çok müşteri ziyaret edeceği için müşterileri hatırlamasına yardımcı olacak şekilde ilgili ve önemli bulunduğu firmaları unutmamak için özel işaret koyabilir.

Fuar Sandığının hazırlanması.

NOT: Fuar Sandığı çok özenle hazırlanmalı. Fuara götürülüp geri getirilecek ürünler bir sandığa, geri getirilmeyecek ürünler (örn. katalog, hediyelik vb.) başka bir sandığa konulmalıdır.

Fuarda sergilenecek ürünler, ihtiyaca göre ve potansiyel müşteriler göz önüne alınarak özenle seçilip paketlenmelidir zira "numunesi güzel olmayan firmanın malı da iyi değildir" algısı vardır.

Hazırlanan fuar sandığının organizatöre veya aracı nakliyeciyeye teslim edilmesi.

NOT: Teslim edilirken kesin ve geçici faturalar hazırlanıp bunun sevkiyatını yapacak olan gümrükçüye bildirilmelidir.

Vize İşlemlerinin tamamlanması.

Fuara giriş biletlerinin temin edilmesi.

Fuar öncesi tanıtıma yönelik olarak fuar katılımının duyurulması.

Fuar standına ziyaretçi çekmek için püf noktaların belirlenmesi.

Fuar Standında Ziyaretçilere Neler Sunulabilir?

Fuar standı ziyaretçisine profesyonel bir firma imajı verebilmek için aşağıdaki bilgi, belge, ürün ve malzemenin stantta bulunmasında ve görevli personelin bilgilendirilmesinde fayda bulunmaktadır:

- Firmanın ürünleri ve sunduğu hizmetler hakkında her düzeyde basılı döküman; broşür, katalog, firma profilleri, vb.
- Firmanın ticari ilişkileri, rekabet piyasasındaki durumu, teknolojik seviyesi
- Ürünün her türlü teknik özellikleri
- Rakip ürünlerle farkları
- Üretim ve ihracat kapasiteleri
- Ürün numuneleri
- Gerek olursa FOB ve CIF fiyatları, ödeme şekilleri
- Ürün ambalajının detayları
- Ürünün gümrük tarife ve vergileri
- Taşıma ile ilgili detaylar (liman bilgileri, bağlantılar, fiyatlar, vb.)

FUAR KATILIM KILAVUZU

Nakliye ve Gümrükleme

Fuar sergi ve stant malzemelerinizin zamanında ve hasarsız olarak standınıza teslim edilmesi çok önemlidir. Aksi halde fuara katılmanızın bir anlamı kalmayacaktır. Bu sebeple, taşıma ve gümrükleme konusunda, özellikle tecrübeli ve güvenilir bir nakliyeciyi firma ile çalışmaya dikkat edilmelidir. Nakliyeciyi firmanın referansları alınmalı, stand teslimi kadar tüm hizmetleri eksiksiz yerine getireceğinden emin olunmalıdır. Taşıma şekli ve yükleme tarihleri, nakliyecinin bildirim ve uyarılarına göre belirlenmeli, yükleme tarihi konusunda gecikmemeye özen gösterilmelidir. Fuar taşımacılığında en önemli unsurun zamanlama olduğu unutulmamalıdır.

Aşağıdaki konulara da ayrıca özen gösterilmelidir:

- Ambalajlama
- Ambalaj etiketleme
- Sergi malları gümrük işlemleri
- Fuar alanında alınan hizmetler
- Sigorta

Fuara katılacak personellere yaka kartı hazırlanması ve yeterli sayıda -mümkünse İngilizce- kartvizit temin edilmesi.

Reklam malzemelerinin hazırlanması

- Fuarda kullanılacak reklam materyalleri (broşür, sergilenen ürünlerin katalogları, el ilanları vb.) içeriği ve görünümü hedef kitlenin talepleri ile örtüşmelidir.
- Reklam materyalleri, ürünler hakkında açıklayıcı bilgiler içermelidir.
- Reklam materyallerinin fuar ülkesi dilinde veya ortak dile çevrilerek sunumu yapılmalıdır.
- Fuar kataloğuna, firma ürettiği ya da satışını yaptığı ürünlerin detayı ile birlikte, etkin bir yabancı dili konuşan firma yetkilisinin iletişim bilgilerini koymalıdır.
- Fuarın yapılacağı ülkedeki muhtelif reklam olanakları araştırılmalıdır.

Bir fuara katılmaya karar verdiğinizde, tüm aşamaların belli bir plan çerçevesinde ve koordineli olarak yürüdüğünden emin olunuz. Genellikle son dakikaya bırakılan ve önemsiz görünen ayrıntılar, firmaların fuara broşürsüz katılması ya da yetkililerin vize alamadığı için fuara gidememesi gibi olumsuz, hem firmanın prestijini hem de satışlarını etkileyen sonuçlara sebep olabilir.

b) Fuar Sırasında Yapılması Gerekenler:

Ziyaretçilerin karşılanması, irtibatların kurulması ve geliştirilmesi.

Stantta verimli çalışma koşullarının oluşturulması.

Stant dizaynının fuarın ilk gününden son gününe kadar düzenli ve albenisinin korunmasının sağlanması.

Stant içerisinde müşteri karşılama ve görüşmeler için oturulacak yer tahsis edilmesi.

Sergilenen ürünlerin deformasyonunu önleyecek tedbirlerin alınması.

Standı ziyaret eden müşteriler hakkında kayıt tutulması, kartvizit alınması.

Stant görevli personelinin ürünler hakkında teknik ve satış bilgisinin olması.

Stant görevli personelinin en az bir etkin yabancı dile hakim olması.

NOT 1: Fuardan **en az 1 gün önce** o ülkede olmalı ve fuar alanını ziyaret edip standınızı kurmalısınız. Mümkünse **1 gün önceden fuar boyunca gereken ihtiyacınızı hazır hale getirmelisiniz.**

NOT 2: Fuar esnasında eğer hediye verecekseniz; akılda kalacak sıra dışı bir hediye olmasına özen gösteriniz zira; fuar katılımcıları sadece sizi değil; sizler gibi onlarca satıcıyı ziyaret edecektir.

NOT 3: Fuarın son günü, vaktiniz varsa önemli gördüğünüz müşterileri ziyaret edebilir ve firma ciddiyetini yerinde görerek tespit edebilirsiniz.

c) Fuar Sonrasında Yapılması Gerekenler:

Fuarın bitişi, fuar ile ilgili çalışmaların sona erdiği anlamına gelmemeli, fuar sonrasında da fuarın verimliliğini artıracak ve sonuç üretecek çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmalar aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

Fuar raporları ve görüşmelerin değerlendirilmesi.

Görüşmelerin öncelik ve önemi göz önünde bulundurularak, gerekli toplantıların ve bilgi aktarımının acilen sağlanması.

Görüşülen müşteriler ile fuar sonrasında mutlaka iletişime geçilmesi.

Fuar sonrası standı ziyaret eden müşterilere teşekkür edilerek mail veya posta yoluyla firmanın ve ürünlerinin hatırlatılması.

Satış ekibi ile görüşmelerin organize edilmesi ve satışın tamamlanması.



FUAR KATILIM KILAVUZU

Fuar katılımı sırasındaki gözlemlerinizi, hazırlıklarınızı ve edindiğiniz tecrübeleri bir rapor haline dönüştürerek bir sonraki fuar katılımınız için edindiğiniz bu tecrübelerden yararlanınız.

Fuar sonrası rapor hazırlamak, firmanızın katıldığı fuardan, fuar öncesinde belirlediği hedeflere ne kadar yaklaştığını gösterecektir. Fuar sonrası raporu hazırlarken en verimli kaynağımız, fuar esnasında standınızı ziyaret eden kişiler ile yaptığımız görüşme kayıtlarıdır. Bu kayıtlar mutlaka özenli tutulmalı ve fuar sonrasında üzerinden çok zaman geçirmeden detaylandırılarak incelenmelidir:

Hedeflenen alıcı kitlesine ne oranda ulaşıldı?

Mevcut satış ihtimali, fuar öncesi satış grafiğini ne ölçüde etkiledi?

Ürünlerinizin pazardaki imajı ve tanınırlığı ne ölçüde artırdı?

Ürünlerinize yönelik ne gibi olumlu veya olumsuz tepkiler ile karşılaştınız?

Fuar öncesi hazırlanan bütçeye uyulabildi mi?

Bir sonraki fuar için dikkate alınacak hususlar neler olmalı?

Başarının ölçülmesi. (Fuar sonrası başarınızı ölçmek ve fuarın verimliliğin artırmak, ancak fuar sonrası çalışmalar ile mümkündür.)

Uygun bulduğunuz müşteri ile pazarlama faaliyetlerine başlayınız.

NOT: Fuara, devlet ya da kurum/kuruluş desteği ile katılım sağladıysanız; ibraz edilmesi gereken fatura ve belgeleri (uçak biniş kartları, konaklama faturası vb.) üst yazı ile ilgili kuruma iletiniz.