

ירידי תיירות בינלאומיים תשע"ד 2013-2014



www.tourism.gov.il > **ירידי תיירות > שיווק**



שר התיירות

24 ביוני 2013

תיירנים יקרים,

כמדי שנה, אנו פורשים בפניכם את מגוון ירידי התיירות הבינלאומיים לשנה חקרובה.

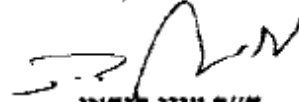
ירידי התיירות הבינלאומיים והתערוכות המקצועיות בתחום מהווים פלטפורמה חשובה להצגת המוצר התיירותי של ישראל.

המפגש האישי עם מקבלי החלטות בתחום התיירות העולמית, הידוק הקשרים עם גורמי תיירות בחו"ל ושימור הקשר הבלתי אמצעי עם אנשי המקצוע- כל אלה תורמים לעבודתכם במהלך השנה וממצבים את ישראל כיעד אטרקטיבי ומבוקש.

משרד התיירות משקיע רבות בפעילויות שיווק ובעבודות שטח ברחבי העולם לאורך כל השנה. בשנה החולפת, הצליח המשרד להביא לגידול בהיקף התיירות הנכנסת, זאת חרף אתגרים גיאוגרפיים ואי יציבות כלכלית באזור. היעד העומד לנגד עינינו הוא הגדלת מספר התיירים גם בשנה זו.

אני סמוך ובטוח, כי השתתפותכם ופעולותיכם בירידים אלה תחשופנה את פניה היפות של ישראל ותבאנה לגידול בהיקף התיירות הנכנסת, לטובת המדינה ולרווחת תושביה.

בברכה,


ד"ר עוזי לנדאו
שר התיירות

נהלי רישום והשתתפות ביריד:

1. רישום ועדכון פרטי החברה ייעשה באמצעות אתר הרישום של מחלקת הירידים בלבד! לקבלת שם משתמש וסיסמא יש לפנות למחלקת הירידים.
2. השתתפות בירידים מותרת אך ורק לסוכנים, מלונאים, עמותות תיירות וחברת קוסמטיקה אחת בכל יריד.
3. רישום להשתתפות ביריד הוא באחריות המשתתף בלבד. כ"כ מעקב אחר מועדים מדויקים חל גם הוא על המשתתפים. את המעקב ניתן לבצע דרך אתר משרד התיירות.
4. הרישום להשתתפות ביריד יתבצע עד המועד האחרון לרישום ותשלום כפי שמצוין בחוברת הירידים. שימו לב שמספר המקומות מוגבל וכל הקודם זוכה. מי שלא נרשם בזמן, יוכל להירשם על בסיס מקום פנוי בלבד, ולאחר שליחת בקשה להרשמה מסודרת במייל ל- veredi@tourism.gov.il.
5. אין להעביר/למכור/להשכיר כל חלק מהדוכן לכל גורם אחר, שלא באמצעות משרד התיירות.
6. **אחריות מציאת השותפים חלה על המציגים בלבד.** במידה ולא נמצאו שותפים עד למועד האחרון לרישום ותשלום, על המציג יהיה לקבל החלטה באם לשכור דוכן מלא או לבטל השתתפותו ביריד.
7. יש לעדכן את כל פרטי המשתתפים ביריד דרך מערכת הרישום. משתתף שאינו יודע כיצד לעשות זאת, מוזמן לפנות למחלקת הירידים, לקבלת הדרכה. משתתף שלא יעדכן את פרטי המשתתפים ביריד דרך המערכת, לא יקבל את התגים עבור המשתתפים הללו. **עדכוני דרך האי מייל לא יתקבלו.**
8. כל שינוי הקשור ביריד (ביטול, הוספה או שינוי שמות המשתתפים) יש לבצע דרך מערכת הרישום, עד חודש לפני מועד היריד. לנתקלים בבעיה, יש לפנות למחלקת הירידים.
9. במעמד ביצוע הרישום ליריד, יש להזין את כתובת המייל של איש הקשר המטפל ביריד עצמו. כל ההתקשרות, לרבות, משלוח המידע בנוגע ליריד, יעשה דרך כתובת המייל המוזנת במעמד הרישום ליריד.
10. דמי הרישום כוללים: הרשמה ליריד ולקטלוג היריד (בהגבלת זמן), מקום ישיבה על פי העיצוב, שילוט, שימוש במחסן הביתן, שירותי קייטרינג ובר בביתן, תגי כניסה בהתאם להקצאה (בהגבלת זמן), חיבור לאינטרנט אלחוטי (בירידים שניתן לקבל שירות זה) ומשלוח חומר פרסומי ליריד (לחלק מהירידים בלבד ובהתאם ללוחות הזמנים ומגבלות המשקל המצוינים בהמשך).

משלוח חומר פרסומי:

1. יש להעביר למחסן את כל החומר הפרסומי במועד המצוין בחוברת. המחסן נמצא ברח' החורש 10 א.ת. חבל מודיעין, ופתוח בימי א'-ה' בין השעות 07:00-15:00. לאחר העברת החומר הפרסומי, יש לשלוח מייל המיידע על כך ל- sammyY@tourism.gov.il וכן ל- veredi@tourism.gov.il.

2. חובה להדביק על כל הקרטונים טופס זיהוי של משרד התיירות עם פרטי השולח כפי שהוא מופיע אצלנו במערכת, ולאחר המסירה לקבל אישור מסירה מהמחסן.

3. לתשומת לבכם—גורם מסחרי רשאי להעביר חומר **עד משקל מקסימלי של 10 ק"ג** גורם תדמיתי רשאי להעביר חומר **עד משקל מקסימלי של 40 ק"ג**

* חומר שיגיע מעבר למשקל זה—**לא ישלח ליריד** (גם לא בתוספת תשלום).

** שקילת חומר הפרסומי הוא על אחריות המשתתף בלבד. ברגע שהחומר מגיע למחסני חברת המשלוחים, החברה תשקול את החבילות והמשקל ייקבע לפי המידע שיימסר ממנה.

רישום לקטלוג:

אנו מתחייבים לרשום את המציגים לקטלוג המודפס והאינטרנטי עד למועד האחרון לרישום לקטלוג, עפ"י הנחיות הנהלות הירידים. מציג שירשם אחרי מועד זה, לא יופיע בקטלוג.

תגים:

בעת מועד הרישום, יש להזין את כל שמות המשתתפים ביריד, שם מלא והגדרת התפקיד **באנגלית**. שינויהוספת התגים הינם באחריות המציג בלבד, והפעולה תתבצע דרך המערכת בלבד. לא יתקבלו שינויים שיישלחו בדואר אלקטרוני.

* הוספתהסרת תג ניתן לבצע עד חודש לפני מועד היריד.

** שינוי שם ניתן לבצע עד לשבועיים ממועד היריד.

תשלום:

התשלום יבוצע עד המועד האחרון לתשלום ורישום כפי שמופיע בחוברת הירידים, למעט משתתפים אשר קיבלו אישור מראש. משתתף אשר לא יעשה זאת, **ימחק אוטומטית מהשתתפות ביריד** ואחר יכנס במקומו.

לאחר ביצוע התשלום, יש לשלוח את אישור ההעברה מהבנק לפקס במספר: 02-6558913 או למייל: veredi@tourism.gov.il. **אי שליחת אישור תשלום—דינו כאי תשלום** ובהתאם לכך **מחיקה אוטומטית מהשתתפות ביריד**.

מהלך היריד:

* השתתפות בתדרוך הביטחוני שמתקיים לפני היריד היא חובה וחלה על כל המשתתפים

* אין להשאיר עמדה לא מאוישת, בשעות הפעילות של היריד.

* אין לתלות תמונות פרסום ופוסטרים, להציב "רולאפ", או לבצע כל שינוי בעיצוב הדוכן.



CITM

Kunming, China

<http://www.citm.com.cn/>

תאריך: 24-27.10.2013

מציגים ביריד: 4,000 מציגים ומעל 100 יעדי תיירות מרחבי העולם.

גודל ביתן ישראל: 99 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 7,000 / תדמיתי 10,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 11.8.2013

אין משלוח מטעם משרד התיירות

* הערות: יריד תיירות מרכזי בסין.



WTM

London, UK

www.wtmlondon.com

תאריך: 4-7.11.2013

מבקרים ביריד: מעל 47,400 מבקרים מקצועיים בלבד.

מציגים ביריד: 4,221 מציגים מרחבי העולם.

גודל ביתן ישראל: 420 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 27,000 / תדמיתי 40,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 8.9.2013

מועד הגעת החומר הפרסומי למחסן: 15-19.9.2013

* הערות: יריד התיירות השני בגודלו בעולם, מיועד לקהל המקצועי בלבד.



TT WARSAW

Warsaw, Poland

www.ttwarsaw.pl

תאריך: 28-30.11.2013

מבקרים ביריד: מעל 22,000 מבקרים מקצועיים ופרטיים.

מציגים ביריד: 650 מציגים, ומעל 62 יעדי תיירות ברחבי העולם.

גודל ביתן ישראל: 50 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 8,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 29.9.2013

אין משלוח מטעם משרד התיירות

* הערות: יריד התיירות הגדול בפולין. שימו לב שהיריד נדחה לחודש נובמבר, בניגוד לשנים קודמות שבהן התקיים בחודש ספטמבר.



SATTE

New Delhi, India

<http://www.satte.in/index.html>

תאריך: 29-31.1.2014

מבקרים ביריד: מעל 7,400 מבקרים מקצועיים.

גודל ביתן ישראל: 50 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 6,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 1.12.2013

אין משלוח מטעם משרד התיירות

* הערות: יריד התיירות הגדול ביותר בהודו.



FITUR

Madrid, Spain

<http://www.ifema.es/>

תאריך: 22-26.1.2014

מבקרים ביריד: מעל 152,000 מבקרים מקצועיים ופרטיים.

מציגים ביריד: 10,500 מציגים ומעל 166 יעדי תיירות ברחבי העולם.

גודל ביתן ישראל: 250 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 20,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 27.10.2013

מועד הגעת החומר הפרסומי למחסן: 1-5.12.2013

הערות: * יריד התיירות הגדול ביותר עבור השוק הלטיני.



BIT

Milano, Italy

www.bit.fieramilano.it

תאריך: 13-16.2.2014

מבקרים ביריד: מעל 100,000 מבקרים.

מציגים ביריד: 2,287 מציגים ומעל 130 יעדי תיירות ברחבי העולם.

גודל ביתן ישראל: 120 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 17,000 / תדמיתי 25,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 3.11.2013

מועד הגעת החומר הפרסומי למחסן: 22-26.12.2013

הערות: * יריד התיירות הגדול והחשוב באיטליה.



ITB

Berlin, Germany

www.messe-berlin.de

תאריך: 5-9.3.2014

מבקרים ביריד: כ- 170,000 מבקרים.

מציגים ביריד: כ-120,000 מציגים.

גודל ביתן ישראל: 450 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 26,000 / תדמיתי 33,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 1.12.2014

מועד הגעת החומר הפרסומי למחסן: 12-16.1.2014

* הערות: יריד התיירות הבינלאומי הגדול בעולם.



MITT

Moscow, Russia

www.mitt.ru

תאריך: 19-22.3.2014

מבקרים ביריד: כ- 83,000 מבקרים.

מציגים ביריד: 3,000 מציגים.

גודל ביתן ישראל: 450 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 26,000 / תדמיתי 30,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 1.12.2013

מועד הגעת החומר הפרסומי למחסן: 2-6.2.2014

* הערות: יריד התיירות הגדול והחשוב ביותר ברוסיה ובמדינות חבר העמים לשעבר.



דדוט

Kiev, Ukraine

www.uitt-kiev.com/en

תאריך: 1-4.4.2014

מבקרים ביריד: מעל 17,300 מבקרים.

מציגים ביריד: 648 מציגים.

גודל ביתן ישראל: 120 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 18,000 / תדמיתי 27,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 1.12.2014

מועד הגעת החומר הפרסומי למחסן: 16-20.2.2014

הערות: * יריד התיירות הגדול באוקראינה.



WTM

Sao Paulo, Brazil

<http://www.wtmlatinamerica.com/>

תאריך: 23-25.4.2014

מבקרים ביריד: מעל 24,000 מבקרים מקצועיים ופרטיים.

מציגים ביריד: 1200 מציגים מעל 40 יעדי תיירות ברחבי העולם

גודל ביתן ישראל: 100 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 12,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 23.2.2014

אין משלוח מטעם משרד התיירות

הערות: * יריד התיירות הגדול בברזיל.



IMEX

Frankfurt, Germany

www.imex-frankfurt.com

תאריך: 20-22.5.2014

מבקרים ביריד: כ- 8,900 מבקרים.

מציגים ביריד: כ- 3,500 מציגים.

גודל ביתן ישראל: 50 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח: מסחרי 20,000

מועד אחרון לרישום ותשלום: 2.3.2014

אין משלוח מטעם משרד התיירות

* הערות: יריד תמריצים וכינוסים, פתוח לקהל מקצועי בלבד.

www.tourism.gov.il > מינהל השיווק > ירידי תיירות

טל: 02-6664216 * 02-6664217 * פקס: 02-6558913

כתובות מייל:

סיגל אייזנהמר - sigalk@tourism.gov.il

ורד איסמן - veredi@tourism.gov.il

כתובת הדואר: רחוב בנק ישראל 5, ירושלים

פרטי חשבון בנק:

בנק הדואר, סניף 001, ח"ן: 21983, על שם משרד התיירות,
מחלקת הירידים.

ירידי תיירות בינלאומיים נוספים:

DATES	LOCATION	FAIR	WEBSITE
06-09/09/2013	Busan, Korea	BITF	
10-12/09/2013	Las Vegas, USA	Luxury Travel Expo	www.luxurytravelexpowest.com
Mid 09/2013	Gyeonggi-do, South Korea	GITM	www.gitm.or.kr
17-20/09/2013	Moscow, Russia	Leisure	www.tourismexpo.ru/en/
27-28/09/2013	Bergamo, Italy	No Frills	www.nofrillsexpo.com
11-13/10/2013	Kiev, Ukraine	UKRAINE	www.ukraine-itm.com.es
17-19/10/2013	Rimini, Italy	TTG Incontri	www.ttgincontri.it
17-19/10/2013	Poznan, Poland	Tour Salon	www.tour-salon.pl
12-13/11/2013	Florence, Italy	BTC	www.btc.it
20-24/11/2013	Leipzig, Germany	Touristik & Caravaning International	www.touristikundcaravaning.de
11-12/12/2013	Bruxelles, Belgium	BTEXPO 2013	www.btexpo.com
14-19/01/2014	Utrecht, Holland	Vakantiebeurs	www.vakantiebeurs.nl
11-19/01/2014	Stuttgart, Germany	Die Urlaubsmesse	www.messe-stuttgart.de/en/cmt
16-19/01/2014	Wein, Austria	Ferien Messe Wien	www.ferien-messe.at
16-19/01/2014	Helsinki, Finland	Matka	www.finnexpo.fi
29/01-01/02/2014	Ljubljana, Slovenia	TIP	www.tourism-fair.com
30/01-02/02/2014	Bratislava, Slovenia	ITF	www.incheba.sk
30/01-02/02/2014	Istanbul, Turkey	EMITT	www.emittistanbul.com
31/01-02/02/2014	Zurich, Switzerland	Fespo	www.fespo.ch
06-10/02/2014	Bruxelles, Belgium	Salon Du Vacance	www.vosvacances.be
11-12/02/2014	Tel Aviv, Israel	IMTM	www.imtm-telaviv.com
05-09/02/2014	Hamburg, Germany	Reisen	www.reisenhamburg.de
19-23/02/2014	Munich, Germany	F.re.e	www.free-muenchen.de
19-23/02/2014	Essen,, Germany	Reise + Camping	
21-23/02/2014	Herning, Denmark	Feire For Alle	www.danishtravelshow.com
21-24/02/2014	Pamplona	Navartur	www.navartur.es
22-25/02/2014	Nashville, USA	NRB	www.nrbconvention.org
10-13/03/2014	Miami, USA	Seatrade	www.cruiseshippingevents.com/miami
20-23/03/2014	Göteborg, Sweden	Tur	www.tur.se
04-06/04/2014	Naples, Italy	BMT	www.bmtnapoli.com
04-06/04/2014	Barcelona, Spain	SITC	www.salotourisme.com
04-06/04/2014	Lisbon, Portugal	Mundo Abreu	www.mundoabreu.pt
Apr-14	Korea	Tour EXPO	www.touexpodaegu.co.kr
May-14	Korea	Hana Tour Travel Show	
May-14	Seoul, Korea	KOFTA	
	Foggia, Italy	Il Cammino de lo Spiritu	

כיצד להפיק את המקסימום מיריד תיירות

קביעת יעדים:

קביעת יעדים היא נקודת פתיחה חשובה המובילה להצלחה. היא מסייעת בבניית תקציב, במתן מוטיבציה לצוות ובהצדקת ההשתתפות בירידים להבא. על היעדים להיות מוחשיים ומציאותיים.

יעדים לדוגמא:

- מידת הגדלת המכירות
- פגישת לקוחות ואנשי קשר: כאן יש יתרון ליריד, בו פוגשים יותר אנשים מאשר בסמינרים, והקשר שנוצר אישי יותר מאשר בטלפון או בדוא"ל
- למידה של השוק ובחינת תגובות לשירותים ולמוצרים שונים
- חשיפת מוצרים ושיטות תמחור חדשות
- חדירה לשוק חדש
- תרומה לדימוי החברה/ הארגון: השתתפות ביריד יכולה למצב את החברה בשוק
- ביצוע חקר שוק

לימוד דרכי המתחרים

על מנת להגשים את יעדיך, עליך:

- לדעת מה ברצונך למכור ולשדר
- להכיר את שוק היעד
- לכמת את המטרות
- לקבוע יעדים ברי השגה
- לקבוע סדר עדיפויות

להציג את היעדים בפני הצוות המשתתף ביריד

ברגע שקבעת יעדים עיקריים, יש לבחון היטב לאילו מגזרי שוק אתה מכוון את מאמצייך. היריד מוגבל בזמן ועל כן חשוב לנצל ביעילות. כך חבל לבזבז זמן על לקוח לא חשוב, אולם יש לזכור כי יש פוטנציאל גם במי שלא מוכר את מוצריך. ניתן לקבוע פגישות מראש, או להזמין אורחים נבחרים לדוכן. לרוב הירידים יש אתר אינטרנט שחשוב להשתמש בו על מנת לקבוע פגישות ולקבלת רשימות משתתפים, אליהם יש לפנות במייל ליזום פגישות בזמן היריד.

זכור/זכרי, כי היתרון בהשתתפות בביתן משרד התיירות הוא במשיכת תשומת ליבו של המבקר, בביתן בו מציגים יחדיו גורמים שונים מענף התיירות. בעת השתתפות בביתן יש לקחת בחשבון: מה היתרונות בביתן זה, מי המציגים האחרים, האם יחזקו את המסר שאתה רוצה להעביר לשוק, האם ישלימו את המוצר שלך והאם יהיו ביניהם מתחרים שלך.

בחירת היריד הנכון:

יש לבחון את הירידים היטב על פי אופי האירוע, הקהל שימשוך, מועד, מיקום ועלות כוללת. לשם כך כדאי לאסוף מידע מהמארגנים, להעריך עלויות, להתייעץ עם מציגים קודמים, להשתתף ביריד כמבקר בלבד לשם קבלת הערכה ולקבל החלטה רק לאחר בחינת כל ההיבטים.

היערכות:

היערכות נכונה תאפשר לך לרכז את מאמצריך בזמן היריד במכירות. במקרה של השתתפות בביתן משרד התיירות, המטפל בהרשמה ליריד, בבניית הביתן ובעיצובו ועוד, עליך לאמוד עלויות כוללות, להירשם בזמן, להכין חומר פרסומי בזמן, להירשם לקטלוג ולנצל את היריד ואתר האינטרנט שלו לפעולות קד"מ נוספות, כפי שיפורט להלן.

קידום מכירות:

אמנם הנהלת היריד תפקידה בין היתר למשוך מבקרים, אך תפקידך הוא לשכנע את המבקרים לבקר בדוכן שלך. חשוב ליידע את קהל היעד שחברתך מציגה ומה הפרופיל שלה, להזמין לדוכן ואף לקבוע פגישות. על פעילות הקד"מ להתאים ליעדים שקבעת.

יש לשקול קד"מ לפני היריד, במהלכו ואחריו, לדוגמא:

דיוור ישיר- לפני היריד ואחריו, בפרט עבור הקהל הכללי

פרסום – ככל ששם החברה/ הארגון יראה ע"י הקניינים יותר לפני היריד, במהלכו ואחריו, כך הם יזכרו אותו יותר. פרסום בעיתונות המקצועית, בכתבות על היריד, בעיתונות הכללית ובקטלוג יבליטו את חברתך מהיתר:

חשיפה בעיתונות, חסויות ותמריצים- מתנות, פרסים ועוד. יש לוודא שהתמריץ תואם את דימוי החברה, מתאים לקהל היעד, שימושי ורלוונטי.

קטלוג- בכל יריד קטלוג ובו כל המציגים, יש להירשם אליו במועד ולדעת על אפשרויות הפרסום בו.

הצוות:

על כל המאיישים את הדוכן להכיר את היעדים שנקבעו עבור היריד ואת קהלי היעד.

גודל הצוות: לרב איש מכירות אחד יכול לטפל בכ-30 מבקרים ביום, 6-12 איש בשעה.

גודל עמדה מסחרית בביתן משרד התיירות מאפשר עד שני אנשים במקביל בעמדה. על אחד מהצוות להיות האחראי ונוכח ביריד כל הזמן.

הכישורים הנדרשים מהצוות הם חברותיות, נגישות, ובעלי ידע רב על הארגון, מוצריו שירותיו ושולטים בטרמינולוגיה המקצועית. בחזית- אלה הנוחים לפתוח בשיחה, בעורף- מתמחים במכירות. חשוב ליידע את כל אנשי הצוות מה נדרש מהם למכור ולמסור ולמי. הבטח כי לפחות נציג אחד דובר את השפה המקומית. אם מגיע לקוח פוטנציאלי כשאתה עסוק, קבע זמן לפגישה. 60% מהמבקרים עוזבים אם עליהם לחכות יותר מדקה!

על הדוכן להיות מאויש ומסודר תמיד. על כן :

- הקפידו על לבוש ייצוגי בכל ימות היריד
- קחו הפסקות התרעננות באופן מסודר
- חשוב לא לעשן, לאכול או להראות משועמם על יד הדוכן.
- אל תצטופפו בקבוצות. המראה נותן למבקר תחושה שקשה לחדור פנימה לדוכן
- אל תתנפלו על העוברים והשבים בכדי לא להבריח לקוחות פוטנציאליים.
- אל תעמדו במעברים כדי לחלק חומר לכל עובר ושב

העבודה ביריד :

מכירה ביריד שונה מעבודת מכירות רגילה. היא דורשת משמעת והתנהגות שונות, שיביאו לסגירה מוצלחת של כל פעילות עסקית, אם זה מכירה, הצעת מחיר או חידוש קשר. כישורי מכירות מועילים ביריד.

- ♦ יש להתרכז באנשים מקרב קהל היעד
- ♦ יש לערוך הצגה עצמית קצרה שלך ושל המוצר/ים
- ♦ לזהות את צרכי הלקוח
- ♦ לנתב את השיחה לאופן בו שירותי חברתך ממלאים את צרכי הלקוח
- ♦ אם את/ה עושה מכירה ישירה, אם אפשר, סגור את העסקה במקום
- ♦ בכל המקרים יש לרשום את שם האיש ופרטי הקשר, ולעשות מעקב אחרי היריד, במסירת מידע נוסף ו/או הצעות מחיר.
- ♦ חומר פרסומי- על החומר להיות קצר, רוב האנשים אינם רוצים לסחוב חומר רב. חומר בסיסי כולל פרופיל חברה, מפרט מוצרים ושירותים, תכניות סיור, מחירון וכמות מספקת של כרטיסי ביקור. ניתן להשתמש גם בצילומים, סרטים ומפות. יש העדפה לחומר דיגיטלי.
- ♦ מומלץ לא לחלק חומר כתוב בתחילת שיחה : הדבר יכול להסיח את דעתו של זה עמו אתם משוחחים. לעומת זאת, דרך מצוינת לסיים שיחה שהתגלתה כלא מועילה היא ע"י מסירת חומר כתוב.
- ♦ רישום מידע אודות המבקרים : איסוף כרטיסי ביקור אינו מספיק. אופן רישום המידע ישפיע ישירות על היעילות והמהירות בה תעקוב אחר הלידים. על כן, את כל מי שביקר בדוכן יש לרשום : שם מלא, חברה, תחום עניין, כתובת, טלפון ודוא"ל. הכן טופס סטנדרטי לסיכום פגישות.

Follow Up(מעקב):

יש למהר ולעקוב אחר קשרים שיצרת ביריד, ובמקביל להיות עקבי ושיטתי.

- סדר את הקשרים לפי סדר הדחיפות
- עשה מעקב מידי
- המשך את הקשרים על בסיס מתמשך
- עקוב אחר הלידים כדי לאמוד את החזר ההשקעה

בכדי לאמוד את האפקטיביות של היריד:

- 1.יש לחשב את שווי המכירות - קשה לקבוע מספר מדויק יחד עם חישוב כל הלידים, על כן אין להישען על מדד זה לבדו אלא לשלבו יחד עם היבטים נוספים:
- 2.מספר הלידים
- 3.קשרים לעומת עלות: חלק את סך העלות במספר הלידים
- 4.מנה את מספר הקשרים החדשים שנוצרו
- 5.הערך את רמת המודעות לחברתך לפני היריד ואחריו
- 6.מנה את מספר הברושורים שחולק
- 7.הערך את הכיסוי התקשורתי לו זכית
- 8.הערך את שווי המידע שאספת
- 9.קח בחשבון כל יתרון אחר

לאחר האומדן יש לנתח את הנתונים ולשים את האצבע על גורמים להצלחה או לכישלון.
סיכום לאחר היריד יכול לשמש בכדי ליידע אחרים בארגון אודות מטרותיך ותוצאות ההשתתפות ביריד, והוא טוב עבור עובדים חדשים.

ב ה צ ל ח ה

סיגל אייזנהמר ו-ורד איסמן
מחלקת הירידים הבינלאומיים
משרד התיירות