

# Sergi ve Sunum Teknikleri

---

Öğr. Gör. Burcu Bozkurt

3.Hafta (2.Bölüm)

# Fuarın Önemi

---

## a) Katılımcı firmalar açısından önemi:

Katılımcı firmalar, iş yaptıkları müşteriler ile iletişim aracı olmaksızın bizzat kendileri yüz yüze iletişim kurar,

Müşterilerin, kendi firmaları, ürün ve hizmetleri hakkında ki görüşlerini ilk kaynaktan öğrenme fırsatı bulurlar,

Fuar süreci boyunca müşterilerine konukseverliklerini, konaklama ve ulaşım, bunun dışında özel ihtiyaçlarının karşılanması, toplantılar düzenlenmesi gibi işlemlerle mevcut ilişkilerini sağlamlaştırırlar,

Firmalar arası iş ortaklarının sağlanması, bilgi paylaşımında bulunmak, diğer bir açıdan ise rakip firmalarının mevcut durumlarını görme, sektör ile ilişkilerini takip etmek, iş yöntemleri hakkında bilgi toplamak, ürün ve hizmet kalitelerinin farklılıklarını inceleme olanağı sunar,

Pazar araştırması için iyi bir zemindir. Fiyatlandırma, dağıtım gibi konularda fikir geliştirmek konusunda katkısı vardır. Kalite standartları hakkında bilgi verir,

Katılımcı firmalar fuar alanında iyi eğitilmiş stant personeli, aktif ve başarılı fuar öncesi ve fuar sırası tanıtım çalışmaları, destek faaliyetleri, dikkat çekici bir sergi dizaynı ve özenle yürütülen fuar sonrası çalışmaları sayesinde rakiplerinden daha başarılı bir konuma geçebilmektedir.

# Fuarın Önemi

---

Yukarıda saymış olduğumuz katkılarının yanı sıra fuar organizasyonları,

- Satış çalışmalarını destekleme,
- Yeni müşteri gruplarını tanıma,
- Karlılığı arttırma,
- Dağıtımın genişletilmesi,
- Yeni temsilciler,
- Bayiler bulunması,
- Sunulan yeni ürünün piyasadaki başarısının değerlendirilmesi,
- Piyasaya sunulması düşünülen ürünlerin kabul edilebilirlik durumunun incelenmesi, basınla ilişkilerin geliştirilmesi,
- Bilgi alışverişi yolu ile araştırma ve satış faaliyetlerinin geliştirilmesi,
- İhracat imkanlarının değerlendirilmesi gibi pek çok noktada katılımcı firmalar açısından önemli sonuçlar ve kazanımlar doğurabilmektedir.

# Fuarın Önemi

---

## b) Kitle iletişim aracı olarak önemi:

Dünya devletlerinin ticari, ekonomik, sosyal ve kültürel olarak aralarındaki ilişkileri güçlendirmek ve sıklaştırmak açısından yarar sağlamaktadır.

Ürün ve hizmetleri yurtiçi ve yurtdışındaki pazarlara ulaştırabilmek, ilişkiler kurabilmek, alışverişi sağlamak için tanıtım ve reklam gibi uygulamalardan yararlanılmaktadır.

# Fuarın Önemi

---

## c) Sosyal ve kültürel ortam bakımından önemi:

Fuarlar, farklı yöre, ülke ve kültürden insanların bir araya gelmesi ile kültür paylaşımlarının oluşmasında yardımcı olur.

Fuar organizasyonlarının düzenlendikleri alanlarda kısa süreli de olsa ciddi anlamda ticari bir hareketlilik yaşanmakta ve düzenlenen şehrin (ve ülkenin) ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Katılımcı ve ziyaretçilerin konaklama, yeme içme gibi temel ihtiyaçlarını fuar alanının düzenlendiği bölgeye yakın olması gerekliliği o bölgede faaliyet gösteren birçok işletmenin gelirlerine canlılık getirmektedir.

Ayrıca fuarın düzenlendiği bölge halkı fuar dönemi boyunca gerçekleştirilen aktivitelere katılma şansını elde etmekte, sosyal ve kültürel paylaşım artmaktadır.

# Fuarın Önemi

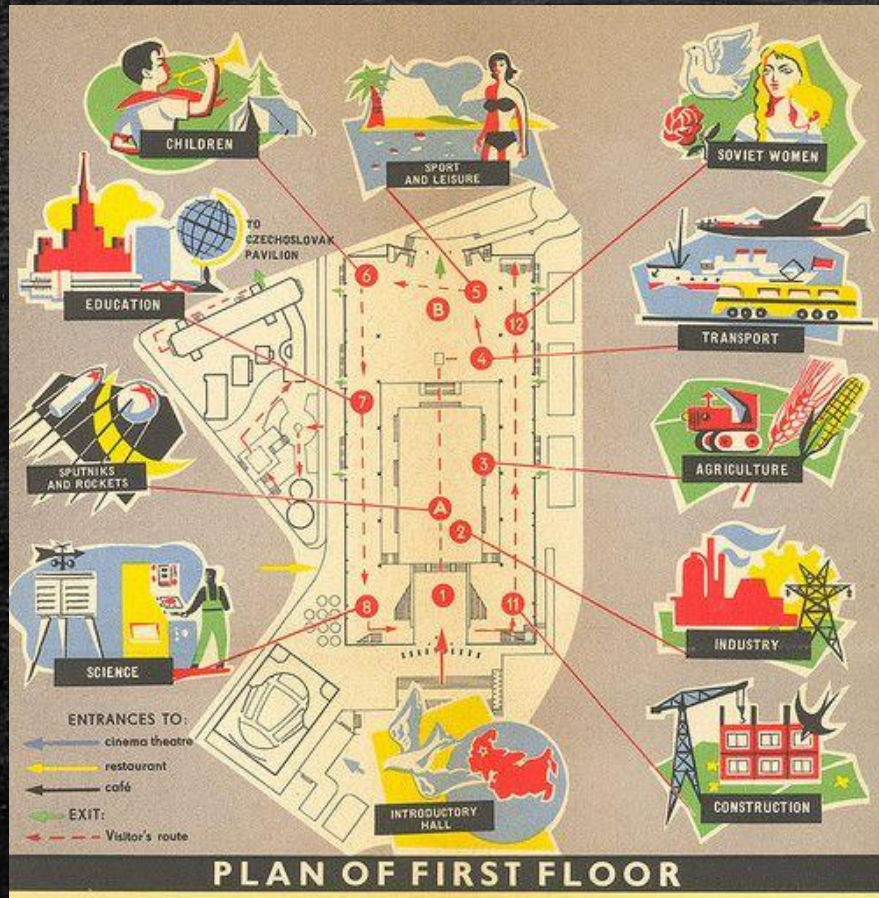
---

## d) Pazar açısından önemi:

Günümüzde tüketici davranışları değişken ve karmaşık bir yapı kazanmış, artık kaliteli ürün üretmek, pazara sürüp, satış yapmak, başarı elde etmek için yeterli değildir. Ürün ile birlikte sunmuş olduğunuz *hizmette* artık ürünün kendisi kadar önemli bir hale gelmiştir. Çünkü tüketiciler, ihtiyacı olan aynı mal ve hizmeti değişik fiyat ve kalitede ya da eş değer başka ürünlerle seçme şansına sahiptir.

Bu sebeple bir ürünün tasarımı, kalitesi, marka olabilirliği, fiyatı, ödeme seçenekleri, indirim politikası, satış stratejisi, dağıtım kanalları, görsel ve sosyal medyadaki reklamlarla tanıtımı, mağaza içerisinde pazarlama sürecindeki paketleme, promosyon ürün sunumu vb. bir çok açıdan gelişmeleri takip etmek, yan sanayi ürünlerinin tedariki için sektör ile bağlantı sağlamak ve standardı yakalayabilmek için fuarlar önemlidir.

# Fuar Yerleşim Planı - Örnek



# Fuar Öncesi Hazırlık

---

- Fuara katılım kararını vermek, doğru fuar seçmek,
- Fuara katılım amaçlarını belirlemek,
- Sergilenecek mallar hakkında karar vermek,
- Stant yeri, büyüklüğü ve dekorasyon malzemeleri konusunda karar vermek,
- Nakliye konusunda karar vermek,
- Fuar organizasyonunda destek alınacak bağımsız hizmet ajansını seçmek,
- Stant sorumlularını saptamak,



# Fuar Öncesi Hazırlık

---

- Stant sorumlularını ve hosteslerini eğitmek;
  - Şirket ve ürünler hakkında bilgiler
  - Davranış ve konuşma adabı
  - Rakipler hakkında bilgiler
  - Not alma alışkanlığı kazandırılması
  - Konuşmayı yönlendirebilme yeteneği

# Fuar Öncesi Hazırlık

---

- Tanıtım,
  - Hedef kitlelerin tespiti
  - Hedef kitlelere duyuru (davetiye; direkt postalama, basın ilanları, telefon ve kişisel temaslar)
  - Basın bülteni ya da toplantısı
  - Tanıtım aktivitelerinin ve tanıtıcı materyallerin hazırlanması
- Zaman planı hazırlamak,
- Standı hedef kitleyi etkileyecek şekilde hazırlamak,
- Bütçe taslağını hazırlamak,

# Fuar Süresince Yapılacak İşlemler

---

- Firmalar fuar alanında stant düzenlerken:
  - Büyüklüğü,
  - Firma logosu (logonun renkleri, renklerin uyumu kurum kimliğini görsel olarak pekiştirir.)
  - Dekorasyonu,
  - Stantta kullanılan malzemelerin ve mobilyaların özellikleri,
  - Stantta görevli personelin tavırları, kıyafetleri,
  - Müşteriye yaklaşma ve onlarla konuşma biçimleri,
  - Fuar alanında sergilenen ürünlerin özellikleri,
  - Fuar standında yapılan sunum, müşteriler üzerinde etkili olmakta, geri dönütler kurumu olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir.

# Fuar Süresince Yapılacak İşlemler

---

- Standı aktif hale getirme,
  - Stant resepsiyonu
  - 50. , 100. vb. ziyaretçilere hediye verme ve bunu duyurma
- Standa gelen ziyaretçilerle ilgilenme,
  - Ziyaretçi asla küçümsenmemelidir.
  - Standa gelenlerin ilgisinin artması sağlanmalıdır.
  - Tüm sorular anında ve doğru olarak cevaplanmalıdır.
  - Ziyaretçinin kimliği ve adresi anında tespit edilmelidir.

# Fuar Süresince Yapılacak İşlemler

---

- Ürün gösterimleri ve tanıtımları
- Diğer stantların sergilediği ürün ve hizmetlerin incelenmesi
- Rekabette avantaj yaratabilecek bilgilerin toplanması
- Stant toplantıları

# Fuar Sonrası Yapılacak İşlemler

---

- Genel değerlendirme toplantısı ve raporu,
  - Fuar firma ve ürünlerimize uygun muydu?
  - Çalışma saatleri düzenli miydi?
  - Ürünlerimiz ilgi uyandırdı mı?
  - Rakip firmalar arasında fark edilebildik mi?
  - Standımız ilgi çekti mi?
  - Hostesler, stand sorumluları yeterince ilgili ve bilgililer miydi?
- Ziyaretçi bilgilerinin değerlendirilmesi (anket formları).

# Fuarda Düzenlenen Aktiviteler

---

- Resepsiyon
- Film, multivizyon gösteri
- Özel şovlar
- Defile
- Akşam yemekleri
- Basın bülteni
- Broşür
- Hediyelik eşya (eşantyonlar)
- Fotoğraf çekimi

# Fuar ile İlgili Oluşabilecek Olumsuzluklar

---

- Katıldığınız fuarın seçimi,
- Amaçların belirsizliği,
- Standın yerinin, büyüklüğünün, dekorasyonunun uygun olmayışı,
- Sergilenecek malların yanlış seçimi,
- Hazırlıklarda eksiklik,
- Elemanların yetersizliği,
- Fuar faaliyetlerinin önemsenmeyişi,
- Yüksek ücret talep edilmesi.



# Görsel ve Yazılı Kaynaklar

---

- M.E.B. MEGEP (2011) Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Fuarcılık Modülü. Ankara
- M.E.B. MEGEP (2011) Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Sergi Ve Fuarlarda Firma Tanıtımı Modülü. Ankara
- M.E.B. MEGEP (2011) Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Fuar Etkinlikleri Modülü. Ankara
- [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)
- <https://tr.pinterest.com/pin/506655026804022371/>
- <https://tr.pinterest.com/pin/81838918213813690/>