

---

# COME GUIDARE UNO STAFF VINCENTE AL TUO STAND

---

Strategia Bonus

# 3

Il modo corretto per formare i collaboratori che lavorano nel tuo stand in fiera: cosa devono sapere, cosa devono fare e come devono farlo. Si tratta di uno degli asset fondamentali della tua presenza all'evento. Non si può improvvisare.

## Come guidare uno staff vincente al tuo stand

Durante la partecipazione a una fiera in qualità di azienda espositrice, qual è uno degli aspetti che decreta maggiormente la differenza tra successo e fallimento?

Un **gruppo di lavoro** ben preparato.

Se il tuo staff non è ben preparato hai già perso il 50% dei potenziali clienti.

Ecco i consigli per preparare al meglio le persone che lavoreranno in fiera.

### • Scegli le persone giuste

Farti accompagnare in fiera dai migliori profili disponibili in azienda fa una profonda differenza.

Il gruppo di lavoro in fiera, come prima impressione, deve avere un forte impatto sui visitatori.

Siccome l'atteggiamento dello staff è uno dei cardini per il successo dell'evento, la preparazione del personale **è una tua responsabilità**.

Quando decidi quali collaboratori dovranno partecipare, scegli persone che abbiano un modo di fare spontaneamente socievole, coinvolgente e pronte a condividere il proprio entusiasmo e la propria conoscenza.

Se il personale tecnico non possiede tali qualità, utilizza il loro contributo in altri ambiti o quando è necessario.

Ovviamente non significa che un tecnico non possa avere le caratteristiche elencate. Semplicemente sii consapevole che **il livello di preparazione tecnica IN QUESTA PRECISA FASE DELLA RELAZIONE CON IL VISITATORE è meno importante** rispetto al grado di coinvolgimento che un tuo collaboratore è in grado di fornire.

Forse è uno dei casi più rappresentativi di come devi intendere una fiera:

*un processo per gradi (prima attenzione, poi coinvolgimento e così via fino all'acquisizione del contatto) dove ogni mossa va fatta al momento giusto e non ti è possibile "bruciare le tappe".*

Senza contare che - in questo ambito più che mai - la prima impressione è ciò che conta.

Quindi, solo una volta che un visitatore è stato avvicinato da un amichevole membro dello staff, gli è stato dato il benvenuto ed è stato attivamente coinvolto nell'attività dello stand può essere "passato" ad un addetto tecnico del team.

In quanti utilizzano questa procedura a "catena di montaggio"? Ad ognuno il suo ruolo.

Pensaci. Potreste essere la prima azienda a farlo nel tuo settore. E quindi sbaragliare gli avversari.

Con un tale piccolo accorgimento puoi far esplodere il numero di buoni contatti che il tuo staff è in grado di generare.

Devi necessariamente selezionare collaboratori che grazie alle proprie esperienze e conoscenze siano in grado di aggiungere valore all'esposizione. Chi risponde a questi requisiti sarà un cardine essenziale nello stand.

Se hai la fortuna di avere un'ampia scelta in tal senso, allora concentra la ricerca su chi è naturalmente predisposto a un atteggiamento positivo nei confronti degli altri.

Lascia perdere le persone negative o che potrebbero impegnarsi poco, ovvero quelle che consigliano agli altri di non dimostrarsi troppo entusiasti fin dal primo giorno di esposizione per evitare di far apparire smorto il resto dello staff.

Sarebbe di danno per l'entusiasmo dell'intera squadra.

## • **Rispetto per il lavoro**

Probabilmente se hai ben preparato il tuo staff e la formazione è risultata adeguata, allora disporrai di un efficiente gruppo di lavoro allo stand.

Sfortunatamente sai bene che ciò non è vero nel 100% dei casi.

C'è la brutta tendenza di molti collaboratori a vedere l'esperienza in fiera come una vacanza.

Si tratta di una mancanza di rispetto e attenzione nei confronti degli investimenti fatti per partecipare.

Assicuratevi di chiarire tale aspetto, sottolineando **quale importanza strategica ha per l'azienda quel determinato evento**.

Così l'esperienza sarà sicuramente positiva anche per ogni membro dello staff, che potrà crescere professionalmente e arricchirsi come persona, anche grazie al viaggio stesso e ai propri compagni.

Dall'altro lato, un buon responsabile del gruppo di lavoro deve avere un'attitudine positiva e dimostrare d'esser pronto a dare una mano in caso di necessità.

La fiera, senza dubbio, è un'occasione preziosa per rendere ancora più affiatato lo staff.

Per mantenere alto l'entusiasmo esiste una sacra regola non scritta durante le trasferte per le fiere: la sera si va a fare bisboccia tutti insieme (attenzione solo a non arrivare troppo stanchi il mattino dopo in stand... dovete essere felici ma anche brillanti).

Il mio pensiero è questo: **personale scontento e annoiato non potrà coinvolgere ed entusiasmare nessun visitatore**.

E la tua esposizione sarà un buco nell'acqua.

Pensaci, quando pianifichi la trasferta.

## • **Formazione**

Perché le persone allo stand sono così importanti?

Perché sono il cuore del tuo stand e con le loro azioni sono in grado di togliere o aggiungere valore all'esposizione in pochi secondi.

Se non sono tutti partecipi al massimo, il potenziale di attrazione dello stand è compromesso.

Un classico esempio è quando i membri dello staff chiacchierano tra di loro nello spazio espositivo. Oltre a non prestare attenzione a ciò che accade durante l'evento, con le loro azioni dimostrano che ciò che si trova all'interno dello stand è poco importante o addirittura noioso.

**La mancanza di partecipazione, in questo caso mina la credibilità dell'attività.**

L'entusiasmo è contagioso e quando condividi l'energia del tuo team con i partecipanti alla fiera è più facile costruire solidi legami di interessi e richiedere Azioni all'interno dello stand.

Quando è correttamente formato, il personale deve essere impegnato nella presentazione dell'azienda e dei vantaggi forniti dai prodotti, coinvolge attivamente più persone possibili per ricevere omaggi e informazioni di valore.

Non trovi sconvolgente come la quasi totalità delle aziende formi il personale su ogni minimo aspetto del lavoro in ufficio e poi mandi le stesse persone allo sbaraglio alle fiere? Eventi che richiedono investimenti per migliaia e migliaia di euro.

Io mi preoccuperei di proteggere i miei soldi, fossi in te.

Come abbiamo detto molte volte, **in fiera hai un tempo incredibilmente limitato per fare colpo**, in qualità di azienda. Il tuo staff deve saper far fruttare l'occasione in modo da generare reale profitto dalle spese sostenute per essere presenti al salone.

Quindi non lasciare nulla per scontato.

Se pensi di organizzare tutto il piano di lavoro solo durante il viaggio in macchina o in aereo verso il salone... stai commettendo un grave errore.

Dedica una mattina ad un meeting con tutti coloro che saranno presenti all'evento:

- definisci i ruoli
- condividi la strategia generale
- risolvi ogni dubbio
- stabilisci le procedure nell'ordine in cui andranno effettuate una volta giunti sul posto
- assicurati che tutti sappiamo esattamente cosa fare

## • Come "addestrare" il gruppo di lavoro

Se non ti fai aiutare da professionisti nell'organizzazione di eventi fieristici, ecco 10 consigli che possono aiutarti a rendere il tuo staff pienamente efficiente.

1. Creare un piano d'azione per l'evento. Tutti devono conoscere l'obiettivo dell'azienda all'evento. Tutti devono sapere esattamente perché siete lì.

2. Ogni membro dello staff deve sapere quale ruolo deve coprire una volta nello stand:

- deve intercettare i visitatori? Nel caso, qual è il suo script di introduzione?
- è incaricato di prendere fisicamente i contatti dei potenziali clienti?
- si occupa della vendita?
- deve rispondere alle domande tecniche?
- è il tuo social media manager per l'evento?
- ecc...

3. Poni delle regole nello stand.

- nessun telefono cellulare, a meno che non lo si usi per le foto con i visitatori, da caricare sui social media.
- nessun cibo o bevande nello stand. L'acqua in bottiglia invece non dovrebbe mai mancare, ma dovrebbe essere consumata fuori dallo spazio espositivo
- dovete apparire "invitanti". Sorriso verso i visitatori, mento alto, mani fuori dalle tasche, niente braccia incrociate
- occhio all'igiene personale: mani ben curate (stringerete centinaia di mani in fiera) e alito sempre fresco. Dopo 8 ore in piedi in fiera è normale sudare e apparire un po' sciupati. Tieni conto di questo quando organizzi le pause. Portarsi una camicia da cambiare a mezza giornata è un'ottima idea

4. Condividi un codice di abbigliamento. Indosseranno tutti gli stessi pantaloni colorati, camicie e scarpe uguali? Questa è una buona idea - troppo spesso sottovalutata - per aiutare i visitatori a identificare i membri del tuo team. Inoltre darete l'immagine di un'organizzazione più professionale.

5. Ricorda di non indossare nuove scarpe in fiera: può essere insopportabile doloroso. E come sempre ciò influisce negativamente sulle performance.

6. È una buona idea avere slot di tempo programmati per tutti i membri dello staff. Le pause saranno necessarie, ma ovviamente lo stand non deve mai rimanere vuoto.

Perciò pianifica ancora prima di partire i momenti di riposo e le pause pranzo. Vuoi sempre il tuo personale con un aspetto fresco e che sprizzi energia da tutti i pori.

7. Ogni membro deve sapere qual è il tuo mercato di riferimento. Fai in modo di avere un piano d'azione diverso per i potenziali clienti qualificati e i contatti non qualificati.

8. Mai rispondere a una domanda di un visitatore con un semplice "Non lo so". Se la persona in questione non è in grado di dare informazioni adeguate deve passare il contatto a un tecnico dicendo qualcosa come "Mi permetta di presentarla a qualcuno che può darle informazioni molto dettagliate su questo argomento."

9. Se un presentatore illustra un prodotto, la squadra deve sapere come gestire la folla. Una volta che un presentatore attira il pubblico nello stand, ogni membro dello staff deve agire velocemente per raccogliere informazioni e nuovi contatti. Esitare qui significa letteralmente perdere dei soldi.

10. Tieni una riunione del personale alla fine di ogni giorno. Discutete di cosa è andato bene, cosa ha funzionato, e cosa invece si può migliorare l'indomani. Abbiate una discussione aperta e collaborativa su come rendere ancora migliori i giorni di fiera che rimangono.