



THAM DỰ HỘI CHỢ QUỐC TẾ - QUẢNG BÁ SẢN PHẨM HIỆU QUẢ



Tp.HCM ngày 17-18/11/2022



CÁC KHÁI NIỆM





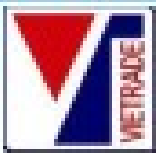
Mục tiêu

Điểm từ 1 (không quan trọng) tới 10 (rất quan trọng)

	Hội chợ	TLCN	TLQC	Bình quân
1) Mở rộng quan hệ	8,7	8,8	8,8	8,8
2) Khẳng định hình ảnh công ty	8,3	8,3	8,4	8,4
3) Duy trì quan hệ với khách hàng	8,4	8,4	8,3	8,3
4) Gia tăng uy tín	8,0	7,9	8,1	8,1
5) Biểu dương sự năng động của công ty	8,1	7,6	7,9	7,8
6) Giới thiệu sản phẩm mới	7,4	7,8	7,1	7,6
7) Bán, lấy đơn đặt hàng	7,9	7,0	7,9	7,4
8) Giành thị phần với đối thủ	7,3	7,3	7,0	7,2
9) Gặp gỡ các đối tác	6,6	7,4	6,5	7,0

* TLCN : Hội chợ /Tiền lãm chuyên ngành

* TLQC: Hội chợ/triển lãm quần chúng



TẠI SAO THAM GIA HỘI CHỢ

ĐIỂM MẠNH

Hiệu quả
Tập trung
Trưng bày
Khách hàng
Các mục tiêu
khác

ĐIỂM YẾU

- Thông tin
- Mệt mỏi
- Tiếp xúc vội vã
- Đầu tư nhiều
- “Trưng bày quá nhiều”





KỸ NĂNG THAM DỰ HỘI CHỢ QUỐC TẾ

1. NGHIÊN CỨU – RA QUYẾT ĐỊNH
2. CHUẨN BỊ TRƯỚC HỘI CHỢ
3. THAM DỰ HỘI CHỢ
4. HOẠT ĐỘNG SAU HỘI CHỢ



1. NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

- ➡ Đánh giá khả năng xuất khẩu (Company Audit)
- ➡ Đánh giá thị trường (Market Audit)
- ➡ Đánh giá các yếu tố thị trường bên ngoài (External Environment Audit)
- ➡ Định nghĩa mục tiêu và mong đợi của DN
- ➡ Thông tin hội chợ và mẫu đăng ký
- ➡ Kế hoạch tài chính sơ bộ
- ➡ Quyết định tham dự



1. NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

ĐỊNH NGHĨA MỤC TIÊU VÀ MONG ĐỢI CỦA DN

- Tìm đại lý (agents)
- Tìm hợp đồng mới (sale contracts)
- Gặp khách hàng cũ (buyer meets)
- Khảo sát thị trường mới (find fact research)
- Thử nghiệm sản phẩm mới (Product testing)
- Các mục đích quan hệ cộng đồng (PR)
- Bán lẻ?

ĐỪNG BAO GIỜ NGHĨ ĐI HC LÀ KÝ HĐ NGAY TẠI HC



1 NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

CÔNG CỤ INTERNET

Events | CBI - Centre for International Business

Home Export to Europe Import from a developing country Collaborate with us Market Information

Events

Are you a European entrepreneur looking for opportunities in a developing country? We regularly invite preselected exporters from developing countries to Europe for trade fairs and other events. These events offer you an ideal opportunity to meet reliable suppliers.

Meet suppliers from a specific sector

Sector: - Any - Region and Country: - Any - Search: Filter the search results

Upcoming events

Food Matters Live: 21st - 23rd November 2017, London. Collaboration. Innovation. Inspiration.

Food Ingredients Europe: 14th - 16th November 2017, London. The world's largest food ingredients event.

Global Sources Exhibitions

9,000 booths of latest products! Specialized trade fairs in Hong Kong

Electronics | Gifts & Home | Fashion

October 2017 | AsiaWorld-Expo, Hong Kong

Register Now

Consumer Electronics: April 11-14, 2018. 3,700 booths of consumer electronics, gifts and smart home appliances.

Mobile Electronics: October 18-21, Opens soon! World's largest mobile electronics trade fair, features 2,700 booths of latest mobile devices, mobile AR/VR.

Gifts & Home: October 18-21, Opens soon! Rich selections of creative, curated and innovative home products and gifts & premiums. It features award-winning.

Fashion: October 27-30, Opens in 2 weeks! Hosting 1,800 booths of fashion accessories, fabrics and apparel from China and ASEAN countries, it is the

Win Great Apple Prizes! Gifts & Home Oct 18-21 | Fashion Oct 27-30



1. NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

CÁC CÂU HỎI CƠ BẢN PHẢI HỎI NHÀ TỔ CHỨC

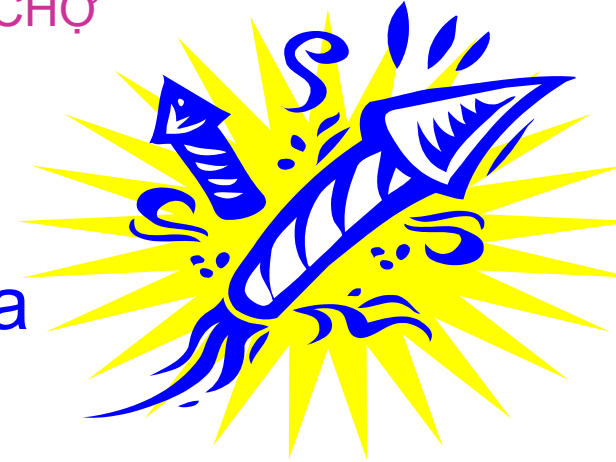
- ✓ Thời gian:
- ✓ Cơ cấu khách hàng:
- ✓ Dàn dựng:
- ✓ Quảng bá:
- ✓ Khu gian hàng mình là loại hàng gì (QĐ lại)
- ✓ Trưng bày:
- ✓ Hình thức thanh toán
- ✓ Các đối tác chỉ định:



1. NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

ĐÁNH GIÁ SỰ PHÙ HỢP CỦA HỘI CHỢ

- Thẻ loại hội chợ
- Cơ cấu khách hàng theo quốc gia
- Số lượng khách hàng
- Loại khách hàng
- Hội chợ lần này là lần thứ mấy
- Nhà tổ chức có nổi tiếng không
- Đối thủ cạnh tranh có nhiều không
- Vị trí khu vực (hall) có thể dành cho mình





1. NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH SƠ BỘ

- Tiền thuê gian hàng
- Tiền thiết kế gian hàng
- Tiền vận chuyển hàng
- Tiền cho người đi (1 hay 2 người)

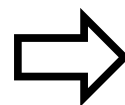
Trừ (-)

- Hỗ trợ của nhà nước
- Chi phí chia sẻ với đối tác



1. NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

QUYẾT
ĐỊNH



- Không tham gia
- Lưỡng lự
- Tham gia



1. NGHIÊN CỨU & QUYẾT ĐỊNH

PHÂN BIỆT THEO MỤC TIÊU

TÌM KHÁCH HÀNG SỈ

?????

QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU

• ?????



KỸ NĂNG THAM DỰ HỘI CHỢ QUỐC TẾ

2.

CÔNG TÁC CHUẨN BỊ TRƯỚC HỘI CHỢ



CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

1. Đăng ký gian hàng với đơn vị tổ chức
2. Chuẩn bị sơ bộ kế hoạch nhân sự
3. Xác nhận của đơn vị tổ chức
4. Yêu cầu chào, báo giá gian hàng
5. Lập hoạch tài chính chi tiết
6. Đặt khách sạn
7. Lựa chọn sản phẩm
8. Chuẩn bị kế hoạch xúc tiến
9. Thiết kế gian hàng chi tiết /gửi cho nhà tổ chức
10. Chuẩn bị danh sách khách mời
11. Đơn vị t/c xác nhận về gian hàng đặc biệt
12. Yêu cầu báo giá từ các đơn vị vận chuyển hàng



CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

13. Đặt hàng cho đơn vị dàn dựng
14. Các thông tin chi tiết cung cấp cho nhà tổ chức để vào catalogue chung
15. Chuẩn bị kế hoạch, kịch bản chào/bán hàng
16. Các yêu cầu khác đ/v nhà tổ chức
17. Bộ nhiệm nhân sự phụ trách gian hàng
18. Cập nhật sản phẩm và thông tin trên website
19. Huấn luyện nhân sự tại gian hàng
20. Dàn xếp đối với phiên dịch, nhân viên bản địa
21. Kết thúc danh sách khách mời



CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

22. Thông tin cung cấp cho báo chí /phía nhà tổ chức
23. Gửi thư mời cho khách hàng lần 1
24. Nhận thư mời từ phía đơn vị tổ chức
25. Vé máy bay/thủ tục làm visa
26. Chuyển hàng cho đơn vị vận chuyển
27. Gửi thư mời cho khách hàng lần 2
28. Thực hiện Telemarketing (đối tượng tập trung)
29. Hàng tới nơi trưng bày
30. Nhân sự tới hội chợ/ trưng bày



CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH CHI TIẾT

Tiền thuê gian hàng

Tiền thiết kế gian hàng

Tiền vận chuyển hàng

Tiền cho người đi (1 hay 2 người)

Trừ (-)

Hỗ trợ của nhà nước

Chi phí chia sẻ với đối tác



CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

CÁC CÔNG CỤ XÚC TIẾN

TẠI QUẦN HÀNG ⇒

Catalogue

CD

Brochure

Name Card

Leaflet

Quả tặng

TRONG HC ⇒

- Các cột ngoài đường
- Internal shuttle bus
- Vào directory HC
- Cờ của công ty
- Bảng quảng cáo
- Đặt Leaflet tại cửa
- Các ô trưng bày trên đường đi

NGOÀI HC

- Tạp chí/báo
- Commercial TV
- Bảng rôn, biểu ngữ
- Bus
- Hộp báo
- Hộp mặt khách hàng
- Website



CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

NHỮNG LƯU Ý - CÔNG CỤ XÚC TIẾN

- Thống nhất về màu sắc của các công cụ quảng cáo (brochure, danh thiếp, website, tờ rơi, quần áo đồng phục...)
- Thống nhất về logo, tên công ty
- Tập trung làm nổi bật sản phẩm chủ đạo
- Tập trung nổi bật USP của công ty
- Không tẩy xóa địa chỉ liên lạc.
- Không nên dùng địa chỉ email miễn phí
- Website phải thường xuyên cập nhật (lưu ý về nội dung)
- Không nên đưa hình của công ty
- Không nên đưa hình của người lãnh đạo công ty và những cán bộ cao cấp trừ khi họ là những chuyên gia nổi tiếng thế giới trong lĩnh vực đó.



CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

NHỮNG LƯU Ý - CÔNG CỤ XÚC TIẾN

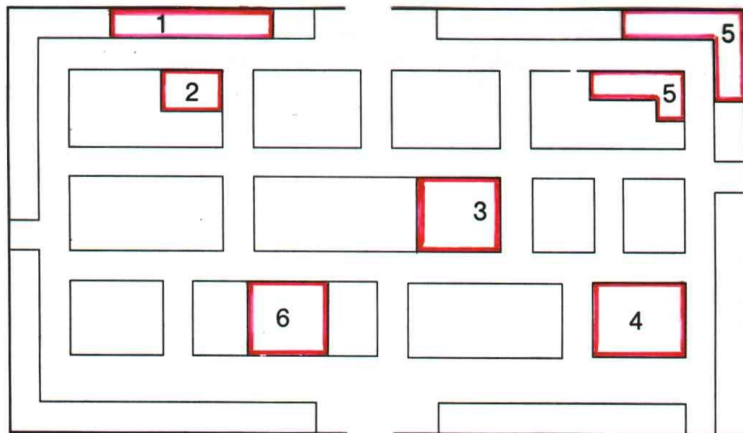
- Logo dạng chữ khi cách điệu vẫn dễ đọc
- Khi dùng ngôn ngữ nước ngoài nên nhờ người bản xứ kiểm tra
- Dùng từ thông dụng
- Nên cung cấp thêm thông tin về công ty như doanh số và nguồn cung cấp
- Nên đưa những chứng chỉ đảm bảo chất lượng hàng đầu.
- Số điện thoại và fax nên có mã nước và mã vùng.
- Song ngữ hoặc nhiều ngôn ngữ tách rời
- Tên công ty nên nổi bật
- Công bố rõ ràng nhiệm vụ của công ty
- Tên quốc tế của công ty



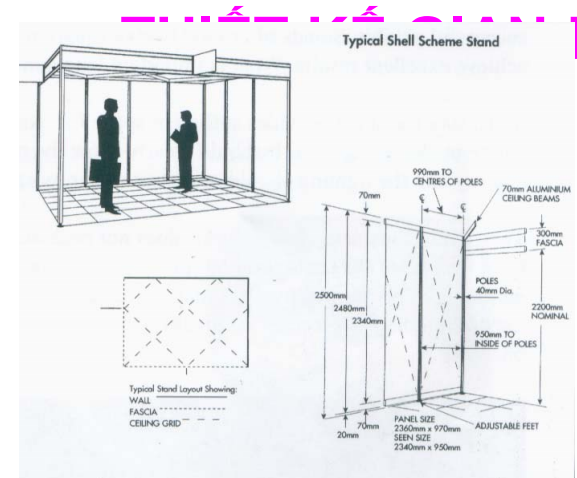
2 CHUẨN BỊ THAM DỰ

Gian chuẩn

HÀNG

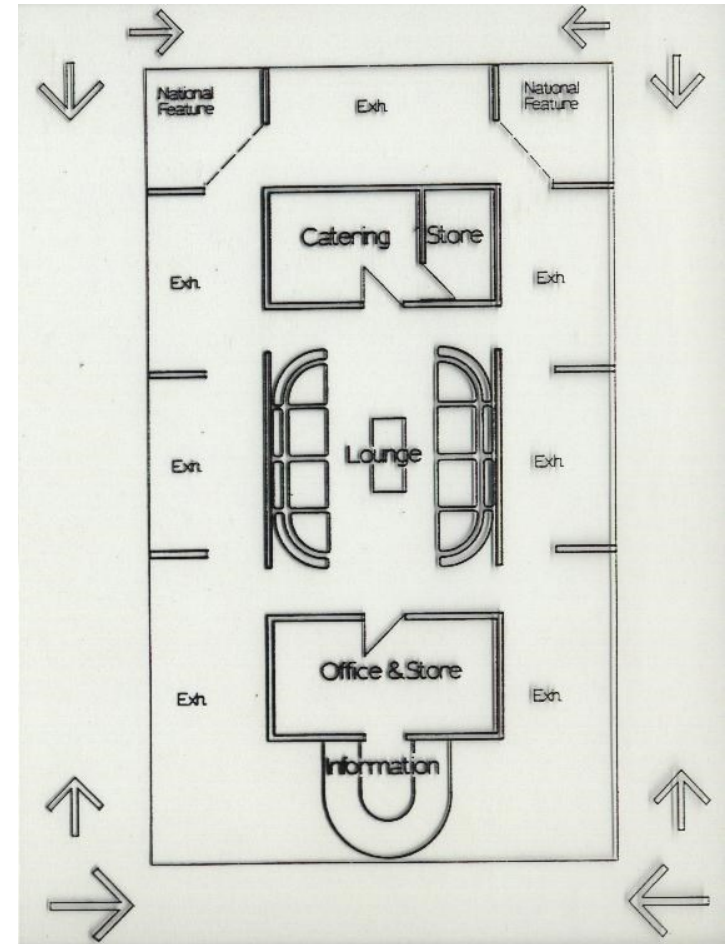
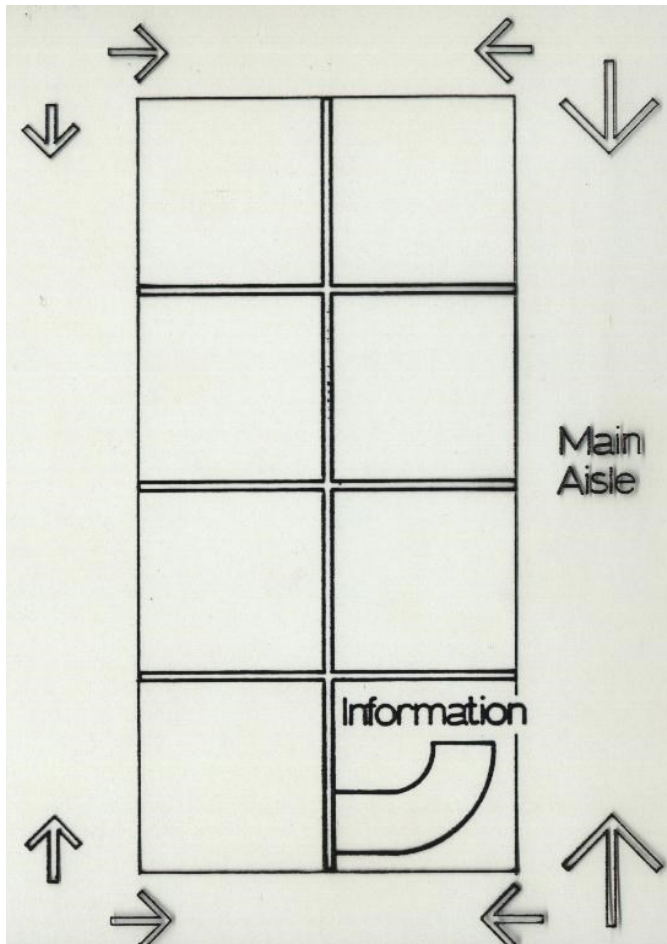


1. AISLE STAND
2. CORNER STAND
3. HEAD STAND
4. ISLAND STAND
5. L-STAND
6. THROUGH STAND





Bố trí gian hàng 1





CÁC BƯỚC CHUẨN BỊ

THIẾT KẾ GIAN HÀNG

Thông tin gian hàng

- Vị trí gian hàng
- Các yêu cầu về qui cách dàn dựng

Thiết kế gian hàng: thể hiện
thông điệp

LÀM SAO ĐỂ THIẾT KẾ GIAN HÀNG



KỸ NĂNG THAM DỰ HỘI CHỢ QUỐC TẾ

3.

THAM DỰ HỘI CHỢ QUỐC TẾ (HCQT)



2. THAM DỰ HCQT(tt)

QUAN SÁT ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Công ty gì, nước nào

Sản phẩm gì

Xuất xứ sản phẩm

Khách hàng nhiều hơn hay ít hơn

Tại sao

Sản phẩm (giá cả, thiết kế, chất lượng, chức năng)

Thiết kế gian hàng

Trưng bày

Tính chuyên nghiệp

Vị trí tốt hơn (ở đâu)



2. THAM DỰ HCQT

Một số lưu ý khi tham dự hội chợ:

1. **Trước khi đi:** Mua vé máy bay – chính sách (tích điểm/nâng hạng), thời gian, transit, trọng lượng, thay đổi lộ trình, mất vé? Bảo hiểm, visa..

2. **Ngay khi vào hội chợ:**

Vé hội chợ (dàn dựng, trưng bày, tháo dỡ, khách mời nếu chưa nhận)
Bản đồ hội chợ.

Vé phương tiện công cộng miễn phí (nếu có)

Internet (miễn phí), điện thoại (box)

Quảng cáo, press release miễn phí

Đăng ký điện, internet, điện thoại

Nhận, điều chỉnh gian hàng

Thời gian trưng bày Thuê máy cardvisit scanner (nếu cần thiết)



2. THAM DỰ HCQT

Tổ chức thiết kế cụm gian hàng & trưng bày:

Yêu cầu cụm gian hàng:

Thể hiện 1 nguyên tắc thống nhất.

Chuyển tải thông điệp nhất quán với chủ đề

Trưng bày hiệu quả theo nguyên tắc KISS.

Phân bố các vị trí của doanh nghiệp hiệu quả,
tránh cạnh tranh mâu thuẫn trong nội bộ.



2. THAM DỰ HCQT

Nhân sự tham dự HCQT:

Phải phân công người **chịu trách nhiệm** cao nhất, nhì tại gian hàng: marketing manager, sale manager, P/R manager tùy theo mục đích tham dự hội chợ

Chọn người cùng đi: **ngôn ngữ, sức khỏe** phù hợp với yêu cầu công việc

Huấn luyện đội ngũ tiếp khách về **mục tiêu**, thông điệp muốn thể hiện, chính sách giá, thống nhất các cách ghi chép trong lần này.

Phân công sơ bộ nhiệm vụ từng người và thời gian làm việc (tạo thời gian nghỉ ngơi)

Sự cần thiết phải huấn luyện nhân sự tham dự HCQT về:

Thông tin về sản phẩm (điểm mạnh, điểm yếu của sản phẩm)

Thông tin về giá cả khả năng của DN

Quy trình công việc

Thông tin về thị trường

Thông tin về khách hàng

Chiến lược đàm phán.



**KỸ NĂNG
THAM DỰ HỘI CHỢ QUỐC TẾ
4.
HOẠT ĐỘNG SAU HỘI CHỢ**



4. HOẠT ĐỘNG SAU HỘI CHỢ

1. Đóng hàng, tháo dỡ, chuyển hàng đi.
2. Viếng thăm khách hàng, liên lạc, field research
3. Tổ chức đoàn khảo sát thực tế phân phối (nếu cần..)
4. Phân tích kết quả
5. Phân tích có đối chiếu mục tiêu/mong đợi ◀
6. Chứng từ chi phí
7. Thư cảm ơn/ liên lạc lại offer, quotation
8. Các đàm phán cụ thể
9. Đánh giá cuối cùng
10. Quyết định hội chợ lần sau.



4. HOẠT ĐỘNG SAU HỘI CHỢ

CHUYỂN HÀNG ĐI

Gửi đại lý, Cho/bán tại hội chợ

Chuyển về (khai hàng tạm nhập tái xuất khi chuyển đi)

Hàng xách tay về (hạn chế hàng điện, điện tử, quý hiếm không khai đi)

Tránh hàng quá kg

Hàng rác (hỏi chi phí clear up cost – container or kg base)

Giao lại gian hàng sạch (cleared up)

Gợi ý: không nên chuyển về trừ hàng quý hoặc bắt buộc phải gửi về



4. HOẠT ĐỘNG SAU HỘI CHỢ

Nội dung cần theo dõi sau khi tham gia HCQT:

Liên lạc trong thời gian diễn ra HCQT gồm:

Khách hàng tiềm năng

Khách hàng cũ

Mối quan tâm của khách hàng

Đã trao đổi gì?

- + Mẫu sản phẩm = code

- + Giá

- + Đặc tính kỹ thuật



4. HOẠT ĐỘNG SAU HỘI CHỢ

MẤT VÉ MÁY BAY VÀ PASSPORT

Báo cảnh sát, làm biên bản mất cắp

Liên lạc với Đại sứ quán, Tổng lãnh sự

Liên lạc về nhà xin giấy bảo lãnh nếu cần

Xin giấy thông hành (thường chỉ bằng tiếng Việt) và cả
bằng ngôn ngữ của các quốc gia sử dụng (nên yêu
cầu)

Liên lạc với hãng máy bay (đại lý tại Việt Nam trước)

Chú ý khi mua vé máy bay (hỏi kỹ hãng đó có chấp nhận
giấy thông hành không, có phải vào 1 quốc gia nào
khác không?)



4. HOẠT ĐỘNG SAU HỘI CHỢ

PHIẾU GHI NHẬN THÔNG TIN HOẠT ĐỘNG TẠI HỘI CHỢ:

Tổng thể.

Những cơ hội mới?

Chất lượng và số lượng khách tham quan cụm gian hàng.

Gian hàng

Chất lượng dịch vụ

Chi phí

Vị trí

Dịch vụ của các tổ chức xúc tiến

Những địa chỉ cần thiết

Làm sao để làm tốt hơn

Đầu mối giữ liên hệ với khách hàng

Kết quả để tiếp tục theo dõi triển khai

Doanh số

Khách hàng mới

Những vấn đề gì khó khăn?

Đề xuất với tổ chức ?



5. QUYẾT ĐỊNH CUỐI CÙNG

ĐÁNH GIÁ LẠI



***QUYẾT ĐỊNH
ĐIỀU CHỈNH***



XU HƯỚNG THAM DỰ HỘI CHỢ SAU DỊCH COVID- 19

- Các công ty trên toàn thế giới đang phải chịu áp lực lớn khi sự bùng phát COVID-19 đang ảnh hưởng đến tất cả các ngành nghề. Để trở thành một trong những người đầu tiên nắm bắt cơ hội thị trường ngay khi đợt bùng phát toàn cầu này kết thúc, hầu hết các công ty đã tiếp tục với việc quảng bá sản phẩm mới cho nửa cuối năm 2020.
- Triển lãm thương mại, là một trong những công cụ tiếp thị hiệu quả nhất để giúp các công ty phục hồi sau khi bùng phát, đã và đang là sự lựa chọn khuyến mãi nóng nhất trong nhiều ngành công nghiệp. Theo báo cáo, khi Trung Quốc ngày càng kiểm soát tốt hơn dịch bệnh, nhiều triển lãm hàng đầu ở Trung Quốc đang nhận được rất nhiều đơn đăng ký của các nhà triển lãm mới, cũng như yêu cầu mở rộng diện tích gian hàng từ các nhà triển lãm hiện có.



XU HƯỚNG THAM DỰ HỘI CHỢ SAU DỊCH COVID- 19

- Vậy tại sao các cuộc triển lãm thương mại lại quan trọng đối với các công ty trong việc đối phó với tác động của dịch COVID-19? Đây là những câu trả lời.
- Đầu tiên, để duy trì khách hàng hiện tại và phát triển khách hàng mới.
- Dữ liệu cho thấy rằng số lượng khách hàng mà bạn có thể gặp tại một triển lãm thương mại nhiều gấp 3 lần so với những gì bạn sẽ gặp trong 3 tháng theo cách truyền thống. Hơn nữa, 88% khách tham quan gian hàng trong suốt một triển lãm là những khách hàng tiềm năng mới cho nhà triển lãm, bao gồm nhiều người ra quyết định và ít nhất 49% khách truy cập thực sự quan tâm đến việc mua hàng.
- Thứ hai, để đảm bảo đơn hàng với chi phí thấp nhất.
- Triển lãm thương mại chắc chắn là cách hiệu quả nhất về chi phí và thời gian để các công ty đảm bảo đơn đặt hàng. Dữ liệu cho thấy phí trưng bày chỉ bằng 10% đến 30% chi phí thăm từng khách hàng mà bạn sẽ gặp tại triển lãm. Bên cạnh đó, các đơn đặt hàng trong chương trình yêu cầu ít sự theo dõi cá nhân hơn.
- Thứ ba, nâng cao nhận thức về thương hiệu bằng cách quảng bá rộng rãi.



XU HƯỚNG THAM DỰ HỘI CHỢ SAU DỊCH COVID- 19

- Thứ tự, tìm hiểu những thông tin mới nhất về thị trường mục tiêu của bạn.
- Thay vì nghiên cứu trực tuyến tại nhà, triển lãm thương mại được tổ chức tại thị trường mục tiêu của bạn là cách dễ dàng và nhanh hơn nhiều để có được thông tin thị trường bạn cần, bằng cách nói chuyện trực tiếp với khách hàng địa phương, kết nối với đồng nghiệp của bạn và tham dự các diễn đàn đồng thời với một số điểm của các chuyên gia trong ngành.



The video was shot at Winter Fancy Food Show 2019 in San Francisco between January 13 - 15, 2019 at Moscone Center.

Link: <https://youtu.be/Qu2Nxju3OQY>





XIN CẢM ƠN CHÚC SỨC KHỎE CÁC ANH CHỊ!

Thông tin liên lạc: Cục Xúc tiến thương mại

Địa chỉ: 20 Lý Thường Kiệt - Hà Nội

Điện thoại: (04) 39 347 628

Fax: (04) 39 344 260/ 39 348 142

Email: vietrade@vietrade.gov.vn

Website: <http://www.vietrade.gov.vn>