

アシストコンサルティング / 江尻幸雄からの『2分で読切りニュースレター』

このニュースレターは名刺を交換させて頂いた方へお送りしています。不要な場合はご一報いただくか、空メールを返信頂ければ次回より停止いたします。この記事が皆様のお役にできれば幸いです。

今回のテーマは、、、『展示会への出展』です

先日、ポートアイランドの神戸国際展示場で開催された“国際フロンティア産業メッセ 2017”に訪問してきましたので、その様子などをご報告いたします。

## ●何を目的とするか =何をj見せるか、見せないかを決める重要性=

今でも私は、神戸国際展示場を始め、インテックス大阪、マイドーム、東京ビッグサイト・幕張メッセなどで開催されるIT関連、飲食関連、機械製造関連の業界、あるいは総合展示会にも定期的に訪問しています。目的は支援先企業への情報提供を兼ねた情報収集であり、直接の商談ニーズはありません。今回の“国際フロンティア産業メッセ 2017”で特徴的だったのは例年や他の展示会と比べても招待した高校生が多かったこと。

展示会の種別によっても出展企業あるいは来場者のそれぞれの目的は様々で、この場で成約に至ることは稀であり、ほとんどが展示商品・サービスの紹介から名刺交換のマッチングが主となるでしょう。先ほどの学生であれば就職エントリー、購買者、さらに商品によっては“くちこみリーダー”になってもらえる可能性があります。



と言うことは、まずブースに寄ってもらうこと、説明を受けてもらうこと、試せるなら試してもらうこと、そして関心を持って頂き、最終どうすれば頭の記憶とカメラなどの記録に残してもらえるかの工夫が大切だと私は思います。

当然その手段として、ブースを目立たせると言うことも考えられます。

さて展示会に行かれた方はご存知でしょうか特に目につくブースが数か所ありました。

まず上段の写真の企業は何屋さんでしょうか？「顔出しパネル」と吹き出しがあるのみで、展示会出展セオリーでいくと全く外れています。完全に“インスタ映え”を狙っていますね。ネットで拡散されることを期待した戦略でしょうか。でもこれは頭の記憶にも、カメラの記録にも残りました。(答えは弊社HPの続きで。)



次に下段の写真の企業はいかがでしょうか？実はこちらの企業は結構他の展示会にも出展されており、その時から記憶に残っていました。写真では分かり辛いですが、コスプレで使われる剣などのアクセサリです。本格的な仕上がりですが実際はかなり軽いです。主業はプラスチック加工をされており、経営革新も2回承認を得るなど取り組んでいます。

2社とも共通して話していたことは「自分達が楽しいと思うことやものを並べている」と言う遊びどころ？でした。この2社以外にも工夫をされているブースはいくつか見られました。

## ●展示会もAIDMAで考えてみましょう

さて、最後に少し理屈の話。「展示」と言うことであるので、ブースの展示方法もAIDMAが活かせるはずです。AIDMAとは消費者が購買決定に至るまでの心理を表したもので、以下のようなプロセスを組みます。

Attention(注意) >Interest(関心) >Desire(欲求) >Memory(記憶) >Action(行動)

各段階で目的が異なりますので、それにふさわしい手段が必要となります。また、「Action(行動)ありき」で組み立てた方が良いでしょう。例として挙げさせて頂いた2社を初めとして各ブースをこのプロセスに当てはめ見てみると結構、展示会も別の面で面白く見られます。最後までお読み頂きありがとうございました。

アシストコンサルティング 代表 江尻幸雄 中小企業診断士 / 上級シスアド / 認定経営革新等支援機関

【 組織開発コンサルタント： 組織活性化を通じ、良質な売上の確保を！ 】

ALL Rights Reserved By assistConsulting