

ירידי תיירות בינלאומיים

2018-2019



ISRAEL
MINISTRY
OF TOURISM



שר התיירות

09 ביולי 2018

תיירנים יקרים,

כמדי שנה, אנו מציגים בפניכם את מגוון ירידי התיירות הבינלאומיים לשנה הקרובה.

הירידים מהווים נדבך נוסף במאמצים הרבים שמשקיע משרד התיירות במטרה לשווק את ישראל בעולם.

הירידים הינם כלי חשוב בעולם התיירות, והתערוכות המקצועיות המוצגות בהם מהוות פלטפורמה חשובה להצגת ישראל והמוצר התיירותי שלה.

השתתפותכם בירידים, המפגש האישי עם מקבלי ההחלטות בתחום התיירות העולמית, הידוק הקשרים עם גורמי תיירות בחו"ל ושימור הקשר הבלתי אמצעי עימם, יתרמו רבות לעבודתכם במהלך השנה, ויסייעו למיצוב ישראל כיעד מבוקש.

אני סמוך ובטוח כי לקיחת חלק בירידים תסייע להביא לגידול בהיקף התיירות הנכנסת ותחשוף את פניה היפות של ישראל, לטובת המדינה ולרווחת תושביה.

בברכה,

יריב לוין,
שר התיירות.

נהלי השתתפות בירידים:

1. משרד התיירות משתתף בירידי תיירות בעולם, על מנת לחשוף את ישראל כיעד תיירותי וכדי לאפשר לענף התיירות בארץ ליצור קשרים עסקיים עם גורמי התיירות במדינות היעד, לקידום התיירות לישראל. המשרד שוכר שטח ביריד ומקים ביתנים במדינות בהן מתקיימים ירידי תיירות מרכזיים ומזמין את גורמי ענף התיירות הישראלי להשתתף בירידים ולהציג את מרכולתם.

2. מטרת מסמך זה להנחות את חברי תעשיית התיירות בכל הנוגע להשתתפות בירידים. חברי תעשיית התיירות המורשים להשתתף בירידי התיירות בעולם הם: מארגני תיירות נכנסת, חברות תעופה, עמותות תיירות, מלונאים, מורי דרך ואטרקציות תיירותיות לא מסחריות. מספר המציגים ביריד:

- מספר המציגים ביריד, ייקבע על פי גודלו, אופיו ומאפייניו של הביתן.
- מספר סוגי המציגים (מסחריים ותדמיתיים) ייקבע על פי מדיניות המשרד.

3. הליך הרישום:

- רישום ועדכון פרטי החברה ייעשה באמצעות מערכת הרישום של מחלקת הירידים בלבד. המציגים ייפנו למחלקת ירידים על מנת לקבל שם משתמש וסיסמא.
- הרישום להשתתפות יתבצע עד המועד האחרון לרישום כפי שמצוין בחוברת הירידים ועל פי המידע שיישלח ממחלקת הירידים.
- מציג שלא יירשם עד תום תקופת הרישום שפורסמה, יועבר לרשימת המתנה ויוכל להשתתף על בסיס מקום פנוי בלבד.

נהלי השתתפות בירידים:

3. הליך הרישום:

- ⊙ רישום ועדכון פרטי החברה ייעשה באמצעות מערכת הרישום של מחלקת הירידים בלבד. המציגים ייפנו למחלקת ירידים על מנת לקבל שם משתמש וסיסמא*.
- ⊙ הרישום להשתתפות יתבצע עד המועד האחרון לרישום כפי שמצוין בחוברת הירידים ועל פי המידע שיישלח ממחלקת הירידים.
מציג שלא יירשם עד תום תקופת הרישום שפורסמה, יועבר לרשימת המתנה ויוכל להשתתף על בסיס מקום פנוי בלבד.
- ⊙ המציגים יודאו רישום מלא של כל פרטי המשתתפים בפועל ביריד במערכת הרישום.
- ⊙ * עם עלייתה לאוויר של מערכת הרישום והתשלום החדשה, יחול שינוי בהליך הרישום. תחת המערכת החדשה, על כל מציג ליצור לעצמו שם משתמש וסיסמא באתר החדש. פירוט והדרכה בעניין זה יישלח בסמוך למועד הפעלתה של המערכת החדשה.

4. שינויים, ביטול השתתפות, ועדכון פרטי המציגים
שינויים שיתבצעו לאחר התאריך האחרון לביצוע שינויים, כפי שישלח בדואר אלקטרוני, לא יתקבלו אלא בכפוף לאישור ממחלקת הירידים ולאפשרות הקיימת.
ביטול השתתפות מחויב בשליחת הודעת דוא"ל למחלקת הירידים, עם ציון סיבת הביטול, **ובכפוף לתנאי הביטול:**
א. ביטול עד חודש לפני קיום היריד, יעניק זכות להחזר כספי מלא.
ב. ביטול מאוחר יותר לא מבטיח החזר כספי.
יובהר כי לא יישמרו יתרות זכות להשתתפות בירידים עתידיים.

⊙ מציג המעוניין לבטל את הרשמתו ליריד לפני תום מועד הרישום ולקבל החזר כספי מלא, יגיש בקשה מנומקת בכתב למחלקת הירידים. מובהר כי לא יישמרו יתרות זכות להשתתפות בירידים עתידיים.

על כל שינוי בפרטי הקשר של המציג, יש לעדכן את מחלקת הירידים. האחריות לעדכון השינוי, הינה על החברה בלבד.

5. אין להעביר / למכור / להשכיר או לשתף כל חלק מעמדת המציג לכל גורם אחר, ללא אישור מחלקת הירידים. חל איסור על הבאת בעלי תפקידים מחברות או גופים שאינם רשומים כמציגים רשמיים בביתן.

⊙ על עמותות המעוניינות להוסיף משתתפים שאינם מלונאים או אטרקציות תיירותיות, יש לעשות זאת ביידוע ובאישור של מחלקת ירידים בלבד. גורם אשר יעבור על נוהל זה, ייקנס בסכום של דוכן מסחרי.

אי עמידה בנוהל זה תביא לשלילת האפשרות להירשם לירידי תיירות במשך העונה הבאה.

6. במידה והמציג מעוניין לחלוק את העמדה עם מציג אחר, בירידים בהם פעולה זו מתאפשרת, יוכל לעשות כן, **כשהאחריות על מציאת שותף חלה עליו בלבד**. חלוקת העמדה עם מציג אחר, כפופה לאישור מחלקת הירידים.

⊙ אחריות מציאת השותפים לחלוקת הדוכן חלה על המציגים בלבד: במידה ולא נמצאו שותפים עד למועד האחרון לרישום ותשלום, **על המציג יהיה לקבל החלטה אם לשכור דוכן מלא או לבטל השתתפותו ביריד.**

7. הרישום יתנהל בשיטת "כל המקדים להירשם זוכה", בהתאם למכסות ולסוגי המציגים, שהוקצו ליריד ועל פי מדיניות משרד התיירות.

8. דמי השתתפות:

דמי ההשתתפות כוללים: הרשמה לירידים ולקטלוג היריד (בכפוף למועדי הרישום המסופקים על ידי הנהלות הירידים), מקום ישיבה על פי העיצוב, שילוט, שימוש במחסן הביתן, שירותי קייטרינג ובר בביתן, תגי כניסה בהתאם להקצאה (בכפוף למועדי הרישום המסופקים על ידי הנהלות הירידים), חיבור לאינטרנט אלחוטי (בירידים שניתן לקבל שירות זה), שירותי אבטחה ומשלוח חומר פרסומי ליריד (לירידים שייקבעו על ידי מחלקת הירידים, ובהתאם ללוחות הזמנים ומגבלות המשקל המצוינים בהמשך).

⊙ **גובה דמי ההשתתפות ביריד ייקבע על פי גודלו של היריד. להלן פירוט שטחי הביתנים על פי מדרג:**

ביתנים עד גודל של 200 מ"ר.

ביתנים מגודל של 200 מ"ר עד גודל של 320 מ"ר.

ביתנים מגודל של 320 מ"ר ואילך.

ירידי תמריץ.

⊙ האחריות לתשלום עבור ההשתתפות על העמותה/החברה אשר נרשמה במערכת, והיא האחראית הבלעדית לביצוע תשלום בזמן בגין שכירת שולחן, תגים ושאר שירותים.

9. שטח הביתן יחולק ל-3 המדורים הבאים:

⊙ עמדות למציגים מסחריים ולמציגים תדמיתיים.

⊙ שטחים ציבוריים אשר יספקו שירותים למציגים, כגון מחסן, מטבח, בר וכדומה.

⊙ שטח תדמיתי ומנהלתי.

מיקום המציגים ייקבע בהגרלה שתיערך על ידי מחלקת הירידים.

10. פרסום דמי ההשתתפות בירידים

אחת לשנה - לקראת פרסום חוברת הירידים בחודש יולי - תאשר הוועדה את המחירים לירידים שייערכו בחודשים ספטמבר-מאי הקרובים. החוברת תופץ באתר האינטרנט של המשרד.

11. רישומם וגבייתם של דמי השתתפות ביריד

תשלום יבוצע באמצעות מערכת הרישום והתשלום בלבד.

שרת התשלומים הממשלתי מאפשר לשלם באמצעות העברה בנקאית או כרטיסי אשראי בלינק הבא:

<https://forms.gov.il/globalData/GetSequence/getsequence.aspx?formType=yarid@tourism.gov.il>

לשאלות נוספות בעניין התשלום, ניתן לפנות אל יפה פחלייב,

נציגת מחלקת החשבות: YaffaP@tourism.gov.il

מציג אשר לא ישלם את דמי השתתפות עד המועד

שנקבע, השתתפותו אינה מובטחת!!

המשרד יגבה את דמי ההשתתפות ממציגים ישראלים על פי לוח הזמנים שייקבע על ידי מחלקת הירידים.

12. התנהגות לפני היריד ובמהלכו

תדריך מקצועי אודות השוק יתבצע לפני היריד.

על המציגים חלה חובת השתתפות בתדריך המקצועי ובתדריך הביטחוני, אם מתקיים. מיקום ושעת התדריך יימסרו במסגרת ההודעות השוטפות ממחלקת הירידים. **אין להשאיר עמדה לא מאוישת בשעות הפעילות של היריד.**

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

ביצוע פעולות מיוחדות כגון הגרלות, מסיבות, אירועים למשיכת הקהל וכיו"ב, מחויב באישור ותיאום מראש עם מחלקת הירידים.

13. משלוח חומר פרסומי ואחסונו בחו"ל

המשרד נעזר בחברת שילוח בינלאומית (זכיין המשתנה מעת לעת) לשילוח חומרים לחו"ל. יש להעביר למחסן המשרד את כל החומר הפרסומי במועד המצוין בחוברת. פרטי הזכייין מצויים בחוברת הירידים. יש לשלוח דואר אלקטרוני למחלקת הירידים, המיידע על כך שנשלח חומר, יחד עם עותק של טופס הזיהוי והמשלוח המתאים (ראה נספח א'). על כל חומר הנשלח לחברת השילוח יש להדביק את טופס הזיהוי (נספח א') עם פרטי השולח כפי שמופיע במערכת הרישום.

- יש להעביר למחסן את כל החומר הפרסומי עד המועד המצוין בחוברת, עבור כל יריד. המחסן של חברת LogistiCare ונמצא ברח' לב פסח 5 אזור התעשייה הצפוני לוד. פתוח בימי א'-ה' בין השעות 7:00-15:00, טלפון: 08-9271994. לאחר העברת החומר הפרסומי, יש לשלוח מייל המיידע על כך, ביחד עם טופס הזיהוי (מפורט בהמשך) ל- sammyY@tourism.gov.il וכן ל- StuFairs@tourism.gov.il.
- גורם מסחרי רשאי לשלוח חומר באמצעות המשרד במשקל של 20 ק"ג לכל היותר.
- גורם תדמיתי רשאי לשלוח חומר באמצעות המשרד במשקל של 80 ק"ג לכל היותר.
- גורם שיעביר חומר במשקל מעל המותר, יישא בעלויות המשלוח והאחסון של המשקל העודף בסך של 8 דולר לכל ק"ג.
- שקילת חומר הפרסומי היא על אחריות המשתתף בלבד. ברגע שהחומר מגיע למחסני חברת המשלוחים, החברה תשקול את החבילות והמשקל ייקבע לפי המידע שיימסר ממנה.

● בירידים בהם מצוין כי לא יהיה משלוח מרוכז מטעם משרד התיירות, על המציגים להביא בעצמם את החומרים הנחוצים להם.

14. השתתפות חברות המשווקות מוצרים מים המלח
ההשתתפות מותנית בהחלטת המשרד כי השתתפות חברה כזאת חיונית ותתרום להגברת מבקרים בביתן הישראלי. השתתפותן מוגדרת בזאת כאטרקציה למשיכת קהל לביתן. אם יוחלט על השתתפות חברות כאמור, מחלקת הירידים תפנה לחברות העומדות בקריטריונים ומשווקות מוצרים מחומרי גלם של ים המלח. במידה ותהיה יותר מחברה אחת המעוניינת להשתתף, תיערך הגרלה. בתמורה לקבלת עמדה תדמיתית ללא תשלום ביריד המדובר, תתחייב החברה לספק במהלך כל ימי היריד, טיפולי יופי (פנים וידיים - על ספת טיפולים מקצועית עם מטפלת מוסמכת לטיפולים מעין אלו) וכן תתחייב לחלק דוגמיות ממוצריה, למבקרי הביתן הישראלי.

חברה העונה על הקריטריונים המזכרים לעיל ואשר מעוניינת בהשתתפות בירידי תיירות, בביתן משרד התיירות, מתבקשת לשלוח על כך דואר אלקטרוני לכתובות הבאות: גב' איזנהמר

סיגל SigalK@tourism.gov.il או
לכתובת StuFairs@tourism.gov.il

נהלי רישום והשתתפות בסמינרים, ו- ROAD

:SHOWS

- ⊙ השתתפות בסמינרים מותרת אך לחברות העוסקות ישירות בתיירות (סיטונאי תיירות נכנסת, מלונאים, עמותות תיירות, חברות תעופה), ולחברות אחרות, על פי המפתח הבא:
 - סה"כ מספר המציגים הישראלים לא יעלה על 1/3 מסך המוזמנים המקומיים המיועד לסמינר.
 - 75% לכל הפחות מהמציגים יהיו חברות העוסקות ישירות בתיירות.
 - 25% לכל היותר, יהיו חברות שלא עוסקות בתיירות ישירות.
- ⊙ הרישום הינו על פי כל הקודם זוכה.
- ⊙ במידה ויהיה רישום יתר באחת מן הקטגוריות, יועברו הממתינים לרשימת המתנה.
- ⊙ לאחר תום הרישום, במידה ויהיו מקומות פנויים, באחת מן הקטגוריות, ישובצו הממתינים, על פי סדר רישומם לקטגוריה הפנויה.



wtm[®]

LONDON

5-7 November 2018

WTM

LONDON, UK

תאריך: 5-7.11.2018

גודל ביתן ישראל: 400 מ"ר

דמי השתתפות בש"ח:

מסחרי 14,600 ₪ / תדמיתי 18,600 ₪

מועד אחרון לרישום ותשלום: 13.09.18

המועד האחרון להגעת חומר פרסומי למחסן: 6.9.18

אתר היריד: <http://london.wtm.com/>

מבקרים ביריד:

כ- 51,000 מבקרים ✓

כ- 9,000 אנשי מפתח בענף התיירות ✓

כ- 3,000 אנשי תקשורת מרחבי העולם ✓

מציגים ביריד:

כ- 5,000 מציגים מ-182 מדינות ✓

יריד התיירות השני בגודלו בעולם, מיועד לקהל
המקצועי בלבד

2019



Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair

FITUR MADRID, SPAIN

- תאריך: 23-27.1.19
- גודל ביתן ישראל: 340 מ"ר
- דמי השתתפות בש"ח:
- מסחרי 9,700 ₪ / תדמיתי 16,200 ₪
- מועד אחרון לרישום ותשלום: 22.10.18
- המועד האחרון להגעת חומר פרסומי למחסן: 20.11.18
- אתר היריד: http://www.ifema.es/fitur_06/

מבקרים ביריד:

- ✓ מעל 100,000 מבקרים מקצועיים ופרטיים
- ✓ מעל 7,000 עיתונאים מ-60 מדינות

מציגים ביריד:

- ✓ כ-10,000 מציגים
- ✓ כ-165 יעדי תיירות

יריד התיירות הגדול ביותר לשוק הלטיני
היריד חל במהלך סוף שבוע



SATTE NEW DELHI, INDIA

- תאריך: 16-18.1.19
- גודל ביתן ישראל: 81 מ"ר
- דמי השתתפות בש"ח: 6,500 ש"ח
- מועד אחרון לרישום ותשלום: פרטים נוספים יועלו לאתר
- אין משלוח מטעם משרד התיירות
- אתר היריד: <http://www.satte.in/>

מבקרים ביריד:

✓ מעל 17,000 מבקרים מקצועיים בלבד

מציגים ביריד:

✓ מעל 40 יעדי תיירות בינלאומיים ו-28 מדינות הודיות.
✓ מעל 750 מציגים.

יריד התיירות הגדול ביותר בדרום אסיה



ITB
BERLIN

THE WORLD'S
LEADING TRAVEL
TRADE SHOW®

ITB

BERLIN, GERMANY

- **תאריך: 6-10.03.19**
- **גודל ביתן ישראל: 700 מ"ר**
- **דמי השתתפות בש"ח:**
מסחרי 14,600 ₪ / תדמיתי 18,600 ₪
- **מועד אחרון לרישום ותשלום: 15.11.18**
- **המועד האחרון להגעת חומר פרסומי למחסן:**
10.01.19
- **אתר היריד: <http://www.itb-berlin.de/en/>**
- מבקרים ביריד:**
 - ✓ כ-60,000 מבקרים פרטיים
 - ✓ מעל 160,000 מבקרים
- מציגים ביריד:**
 - ✓ מעל 10,000 מציגים
 - ✓ מעל 180 מדינות

**יריד התיירות הבינלאומי הגדול בעולם
היריד חל במהלך סוף שבוע**

MITT MOSCOW, RUSSIA

- ⊙ **תאריך: 12-14.03.19**
- ⊙ **גודל ביתן ישראל: 481 מ"ר**
- ⊙ **דמי השתתפות בש"ח:**
- מסחרי 14,600 ₪ / תדמיתי 18,600 ₪**
- ⊙ **מועד אחרון לרישום ותשלום: 7.1.19**
- ⊙ **מועד הגעת החומר הפרסומי למחסן: 17.1.19**
- ⊙ **אתר היריד: <http://www.mitt.ru/en-GB>**

מבקרים ביריד:

- ✓ מעל 23,000 מבקרים מקצועיים
- ✓ מעל 350 עיתונאים

מציגים ביריד:

- ✓ מעל 1,900 מציגים
- ✓ מעל 187 יעדי תיירות

**יריד התיירות הגדול והחשוב ביותר ברוסיה ובמדינות
חבר העמים לשעבר
היחיד לדוברי הרוסית**



WTM

SÃO PAULO, BRAZIL

- תאריך: **2-4.04.19**
- גודל ביתן ישראל: **120 מ"ר**
- דמי השתתפות בש"ח: **6,500 ש"ח**
- מועד אחרון לרישום ותשלום: **פרטים נוספים יועלו לאתר**
- אין משלוח מטעם משרד התיירות
- אתר היריד: <http://latinamerica.wtm.com/>

מבקרים ביריד:

✓ מעל 6,500 מבקרים מקצועיים

מציגים ביריד:

✓ מעל 700 מציגים מ-50 מדינות

**יריד התיירות הגדול ביותר בברזיל
מיועד לקהל המקצועי בלבד**

IMEX

FRANKFURT, GERMANY

- תאריך: 21-23.05.19
- גודל ביתן ישראל: 75 מ"ר
- דמי השתתפות בש"ח: 12,000 ₪
- מועד אחרון לרישום ותשלום: 29.3.19
- אין משלוח מטעם משרד התיירות
- אתר היריד: <http://www.imex-frankfurt.com/>

מבקרים ביריד:

כ- 15,000 מבקרים

מציגים ביריד:

- ✓ מעל 3,500 מציגים
- ✓ מעל 150 יעדי תיירות

יריד תמריצים וכינוסים
פתוח לקהל מקצועי בלבד

ירידי תיירות בינלאומיים קטנים

פרטים נוספים	תאריכים	מיקום	יריד
במת ה B2B המובילה בצרפת	25-28.09.18	Paris	Top Resa
היריד המקצועי הגדול ביותר באיטליה.	10-12.10.18	RIMINI	TTG
sqm 60	8-13.1.19	Utrecht	Vakantiebeurs
במת B2B הגדולה באמריקה הלטינית	8-11.11.18	Gramado	Festuris Gramado
קהל מקצועי + ציבור רחב ביום האחרון	10-12.2.19	MILANO	BIT
Romanian Tourism Fair	15-18.11.18	Bucharest	TTR

כיצד להפיק את המקסימום מיריד תיירות:

קביעת יעדים

קביעת יעדים הינה 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
- קבוע 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 מאמציך. 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. לרב 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.

כיצד להפיק את המקסימום מיריד תיירות:

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 מאמציך 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.

כיצד להפיק את המקסימום מיריד תיירות:

הצוות

על כל המאיישים את הדוכן להכיר את היעדים שנקבעו עבור היריד ואת קהלי היעד. גודל הצוות: לרוב 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!

הדוכן

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

כיצד להפיק את המקסימום מיריד תיירות:

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

כיצד להפיק את המקסימום מיריד תיירות:

בכדי לאמוד את האפקטיביות של היריד

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:

- מספר הלידים
- קשרים לעומת עלות: חלק את סך העלות במספר הלידים
- מנה את מספר הקשרים החדשים שנוצרו
- הערך את רמת המודעות לחברתך לפני היריד ואחריו
- מנה את מספר הברושורים שחולקו
- הערך את הכיסוי התקשורתי לו זכית
- הערך את שווי המידע שאספת
- 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.

צור קשר

כתובות מייל

סיגל אייזנהרמר sigalk@tourism.gov.il 02-6664216

סטודנט/ית StuFairs@tourism.gov.il 02-6664217

פקס - 02-6664402

כתובת הדואר

רחוב בנק ישראל 5, ירושלים

נספח א' -

טופס זיהוי למשלוח דואר פרסומי

טופס הזיהוי, יודפס ב-2 עותקים, עותק אחד נשאר
במחסן ועותק אחד מגיע לחברה המשלחת, המציגה

ביריד:

* שם היריד ומיקומו:

* שם חברה:

* טלפון של משלח החומר הפרסומי, מטעם החברה:

* תאריך הגעת החומר הפרסומי למחסן:

* חתימת השליח, מטעם החברה:

• חתימת המקבל במחסן:

The label should be printed twice and contain:

Fair's name and date

Company's name

Date of sending

Company's contact person name and signature

Storerroom contact person name and signature