

Zamień stoisko w kanał sprzedaży

80% leadów z targów B2B nigdy nie dostaje żadnego follow-upu.

Miej tę checklistę przy sobie przed, w trakcie i po targach. Na podstawie artykułu Stratemi o ROI z targów branżowych.

Cztery żelazne zasady

- **Targetowanie** – 70% sukcesu rozstrzyga się przed otwarciem bram. Umów spotkania 3–6 tyg. wcześniej
- **Złote 48 godzin** – kontakt w ciągu 24–48h zwiększa konwersję 7-krotnie
- **Kwalifikacja na stoisku** – wizytówki zamień na rozmowy metodą SPOTAM i notatki głosowe wspierane AI
- **Pomiar ROI** – mierz CPL i sprzedaż po 30/90/365 dniach, nie liczbę gadżetów

Przed targami – 6 tygodni kampanii

- ☐ Zdefiniowana **Persona** i lista firm z realnym mandatem zakupowym (nie stażyści)
- ☐ Uruchomiony targetowany **prospecting** do nowych firm (np. Apollo.io, Clay)
- ☐ Min. **15 spotkań** umówionych przed otwarciem hali
- ☐ Wysłane zaproszenia do bazy **CRM** – leady w lejku i partnerzy pod up-sell
- ☐ Dobry kanał pod branżę – cold email tam, gdzie decydenci rzadziej są na LinkedIn
- ☐ Zaplanowana przesyłka **VIP** dla Top 20 leadów (tydzień przed)

KIEDY	CEL	PRZYKŁAD
6 tyg.	Miękkie intro	„Będziemy na tych samych targach, chętnie się poznamy” (mail / LinkedIn)
4 tyg.	Budowa wartości	Krótki raport lub case study, bez twardego CTA
2 tyg.	Umówienie spotkania	„Mam wolny slot o 11:00 i 14:00 we wtorek na stoisku”

→ Jeśli nie ma Cię na liście spotkań odwiedzającego, zanim otworzą się bramy – **już przegrałeś z konkurencją.**

Na stoisku – kwalifikacja metodą SPOTAM

- S Sytuacja** – jak jest dziś
 - ☐ „Jak dziś wygląda u Was [obszar, którego dotyczy Twoja usługa]?”
- P Problem** – ból, częstotliwość, koszt
 - ☐ „Z jakim największym wyzwaniem mierzyliście się w ubiegłym sezonie?”
- O Oczekiwany efekt** – co ma się zmienić
 - ☐ „Po czym poznacie, że warto było to wdrożyć?”
- T Termin** – dlaczego teraz
 - ☐ „Kiedy planujecie wdrożenie?”
- A Akceptacja** – kto realnie decyduje
 - ☐ „Jak wyglądał u Was zakup podobnego produktu?”
- M Możliwości** – pieniądze i czas, nie budżet
 - ☐ „Jak oceniacie rentowność takich inwestycji?” (bez kwot)

→ Rozmowa na stoisku nie służy domknięciu sprzedaży. Jej jedynym celem jest **ustalenie konkretnego następnego kroku.**

Nowoczesne narzędzia zamiast wizytówek

- Skanowanie wizytówek wprost do **CRM** – nie sterta w szufladzie
- Lead od razu posegmentowany na stoisku: **Hot / Cold**
- **Notatka głosowa** po każdej rozmowie: kontekst, problem, next step
- **AI uzupełnia pola** w CRM na podstawie notatki głosowej

Po targach – 48 godzin i ROI

50% transakcji zgarnia ten, kto odpowie pierwszy.

Domknij proces, który zaczął się na stoisku – zanim leady wystygną.

Zasada 48 godzin

- ☐ Leady posegmentowane na **Hot/Cold** jeszcze na stoisku
- ☐ Kontakt z Hot tego samego dnia: telefon + spersonalizowany mail
- ☐ Dla top decydentów: 60-sek. video follow-up (Loom/Vidyard)
- ☐ Lead Cold: materiał edukacyjny, bez presji sprzedażowej

→ Środowy mail „dziękujemy za odwiedzenie” ląduje w spamie.

Pomiar ROI

- ☐ Każdy kontakt otagowany w CRM znacznikiem wydarzenia
- ☐ Pomiar w 3 horyzontach: **30 / 90 / 365 dni**
- ☐ Rozróżniony przychód: bezpośredni / przyspieszony / pod wpływem targów
- ☐ $ROI = (Przychód\ z\ targów - Koszt) / Koszt \times 100\%$

Uwaga – wizytówki w szufladzie to setki tysięcy złotych utraconego przychodu.

Sprawdź się po targach

Odpowiedz szczerze. **1 punkt za każde „tak”.**

- ☐ Umówiłem min. 15 spotkań przed otwarciem targów
- ☐ Wiem, kto miał realny mandat zakupowy, a kto był przypadkowym gościem
- ☐ Każda rozmowa kwalifikująca skończyła się notatką głosową, nie samą wizytówką
- ☐ Leady były posegmentowane na Hot/Cold jeszcze na stoisku
- ☐ Skontaktowałem się z leadami Hot w ciągu 24-48 godzin
- ☐ Dla kluczowych decydentów wysłałem spersonalizowane video, nie generyczny mail
- ☐ Każdy kontakt jest otagowany w CRM znacznikiem wydarzenia
- ☐ Wiem, ile kosztował mnie 1 lead (CPL) z tych targów
- ☐ Mam zaplanowany pomiar przychodu po 30, 90 i 365 dniach
- ☐ Rozróżniam przychód bezpośredni, przyspieszony i „pod wpływem targów”

Twój wynik: / 10

WYNIK

CO TO ZNACZY

9-10

Masz proces, który generuje realny ROI – replikuj go na kolejne targi

7-8

Fundament dobry, dopilnuj segmentacji i tempa follow-upu

4-6

Targi kosztowały więcej, niż przyniosły – wizytówki bez procesu to zmarnowany budżet

0-3

To była wystawa, nie sprzedaż. Zbuduj proces od zera



Jeśli 80% leadów z targów nigdy nie dostaje follow-upu, problem nie leży w jakości stoiska – tylko w braku procesu po wyjściu z hali.