

# Структурна побудова та типологія виставкового стенда.

---

Виконав: Кетков Роман  
студент 3 курсу, 14 групи

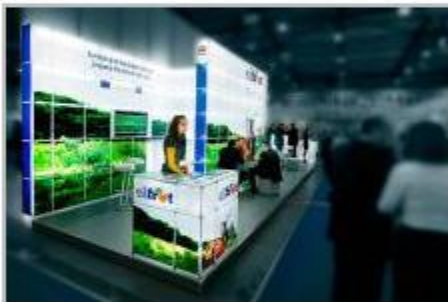
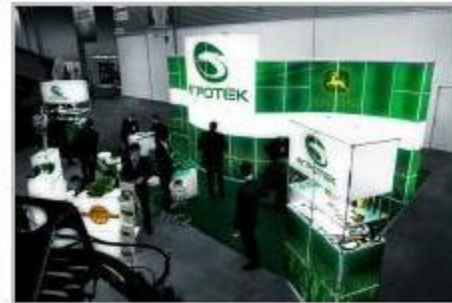
# Поняття й призначення виставок

---

- Виставка - це художньо оформлена добірка документів і / або других експонатів для публічної Демонстрації (експонування).
- Виставки підрозділяються на певні різновиди як за годиною Функціонування, так и за місцем Демонстрації.
- За годиною Функціонування виставки могут бути:
- Про Постійно діючімі (Із Використання Копій документів, оригіналі вікорістаються як віняток),
- Про Тимчасовими (від 2-х тіжнів),
- Про короткотерміновімі (до 10 днів).
- Постійні виставки багатопланові. Тимчасові виставки організуються на Певний рядків и могут пристосовуватися до ювілейніх и пам'ятних дат.
- За місцем Демонстрації виставки поділяються на:
- стаціонарні, Які розмішуються в спеціальніх приміщеннях, обладнання відповіднімі стендами, вітринами і іншімі пристосуваннямі;
- Пересувні, Які могут працювати в тимчасово пристосованіх для цього приміщеннях (у навчальний заклад, бібліотеках, різніх організаціях и ін.) и мають експонуваті документи та матеріали лишь у виде Копій.

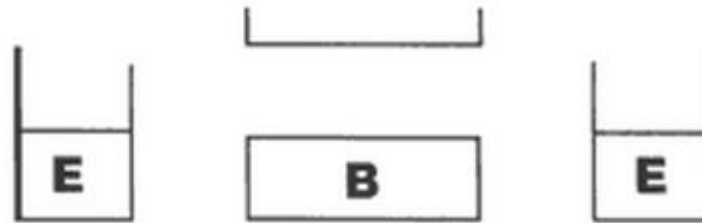
# Виставкові стенди

- Найпоширенішою формою сучасної виставкової діяльності є надання окремого стенда для участі в колективних виставочних заходах. Як правило, розміри місця для експозиції, виставкових стендів, порядок проведення й оформлення досить добре регламентовані.

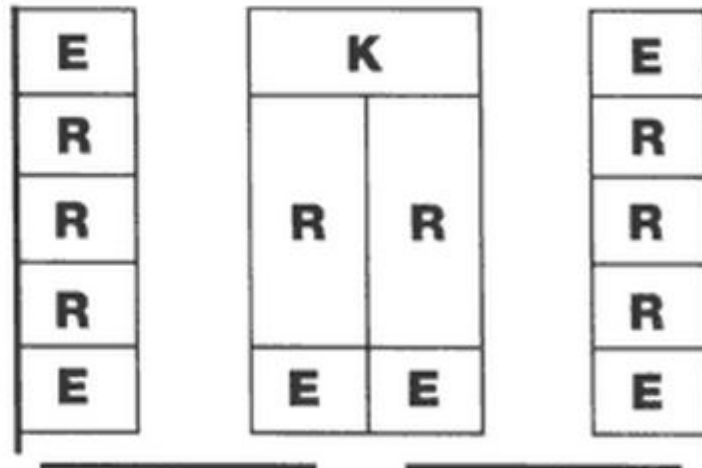


# Типи стендів

- У принципі для будь-якого стенду важливо одне: його пропорції повинні бути гармонійні.
- Типи стендів розрізняються по тому, як вони відділені від сусідніх стендів і по тому, як вони відкриті по відношенню до проходів. Варіант стенду в ряду - найдешевший з точки зору орендної плати, за всі три інших типу треба доплачувати.



Стенд в ряду (R)  
Угловой стенд (E)  
Головной стенд (K)  
Блок-стенд (B)



# Типи стендів

---

- **Стенд у низці**
- Стенд у ряді відкритий з боку лише одного проходу, він буває розташований в ряду з іншими стендами (значно рідше буває, що він відкритий на дві сторони, тобто на два паралельних проходу). Оглядати його можна тільки з зони проходів. У залежності від розмірів відкритої частини фасаду розрізняються вузькі і глибокі або, відповідно, широкі і менш глибокі стенди в ряду.
- **Кутовий стенд**
- Кутовий стенд буває розташований в кінці ряду, він відкритий на дві сторони - на прохід і поперечний прохід. Його задня стінка межує із задньою стінкою іншого кутового стенду і з однією з сторін сусіднього стенду в ряду. За рахунок двох оглядових сторін при тому ж розмірі зайнятої площі кутовий стенд більш функціональний, ніж стенд у ряду. Плата за кутовий стенд теж вище, ніж за стенд у ряду. Оскільки кутовий стенд відкритий на два проходи, можна розраховувати на більшу кількість відвідувачів.

# Типи стендів

---

- **Головний стенд**
- Головний стенд в кінці ряду буває відкритий на три сторони. Він якісно перевершує два названих вище типу стендів, тому що при правильному використанні він виглядає вельми презентабельно і як би запрошує увійти.
- **Блок-стенд**
- Блок-стенд (або ізольований стенд), найдорожчий з названих видів, оточений з усіх боків проходами для відвідувачів і привертає велику увагу за рахунок того, що розташований окремо від усіх інших. Він відмінно виконує рекламні та представницькі функції. Блок-стенд значно складніший з точки зору оформлення, що позначається також і на величину витрат на його монтаж і обладнання.
- **Стенд на відкритому майданчику**
- Стенд на відкритому майданчику призначається для дуже великих видів товарів (наприклад, для блоків кладки із природного каменю або для повного комплекту обладнання і машин (будівельних машин), які демонструються в експлуатації, близької до реальної практики. Експонент повинен подбати про те, щоб під відкритим небом були криті місця для переговорів.

# Приклади якісних стендів

---



# Приклади якісних стендів

---





# Приклади якісних стендів



(044)223-0-223; (098)406-22-52

# Приклади якісних стендів



# Приклад не якісного виставкового стенду



# Додаткові предмети і матеріали

---

Крім усього наведеного вище, на стенді знадобиться наступне: текстова інформація про експонати, наявних роздаткових матеріалах і проведених компанією акціях. Її не повинно бути багато - нікому не хочеться на виставці витратити час на уважне читання: вона повинна бути гранично ділової та функціональної, і її слід оформляти (зверніть увагу на вибір шрифту!) І розміщувати так, щоб вона легко читався і сприймалася;

**Дзеркало:** кожен стендист повинен кілька разів на день перевірити свій зовнішній вигляд і заодно посміхнутися собі для підтримки оптимістичного і доброзичливого настрою. Дзеркало найчастіше за все знаходиться в закритій допоміжній зоні;

**Годинник:** корисні відвідувачам, які найчастіше втрачають на виставці відчуття часу, і стендистам, який відслідковує по них свій розклад роботи. Крім того, годинник дають стендистам можливість відповісти на запитання: "Котра година?" - І з цього почати бесіду з відвідувачем.

Перетворювати їх на фігуру не рекомендується - якщо, звичайно, цього не потребує концепція стенда.

Вважається, що годинник в переговорній небажані, оскільки можуть підштовхнути потенційного клієнта до передчасного завершення переговорів. Думка спірне, але обміркувати його варто. Таким чином, годинник обов'язково повинні бути в закритій допоміжній зоні і у відкритій, але не на самому видному місці.

**Вода, чай, кава, цукор, печиво, цукерки, сік** для працівників стенду та учасників переговорів. Потрібно заздалегідь заготовити каністри, великі бутлі для води або кулери. Наявність на стенді алкоголю визначається специфікою цільових аудиторій. Алкоголю для працівників стенду бути не повинно, в ідеалі на час виставки мають ввести сухий закон для персоналу.

Попільниці для відвідувачів переговорної, якщо організатори дозволяють палити на виставці (втім, таке трапляється дедалі рідше і рідше). Можливість покурити затримає курців гостей на стенді. Персоналу куріння на стенді має бути заборонено незалежно від умов організаторів. Справа в тому, що не палять багато і вони хворобливо відносяться до диму.

# Підказки для досягнення оптимального результату

---

- Існують ще деякі нюанси , які допоможуть експонентам досягти оптимального результату. Самі відвідувачі можуть стати рухомими елементами стенда. Це вигідно удвічі. По-перше, рух - чи неідеальним спосіб привернути увагу до стенду , і можна отримати цю прекрасну можливість практично безкоштовно. По-друге , по відношенню до тих , хто зайшов на стенд діє наступний закон: те , до чого докладено хоч найменше зусилля , вважається в якійсь мірі . Щоб цього добитися , можна придумати різні дрібні і великі акції з залученням відвідувачів . Можна фотографувати наявних і потенційних клієнтів на тлі фірмової символіки або якого-небудь привабливого елемента оформлення . Можна провести на стенді блиц-конкурс.
- Не слід забувати, що один з основних рухомих елементів оформлення стенду - той, хто працює на ньому. Від того, як виглядають стендисти, наскільки вдалося витримати єдиний стиль одягу і від того, як він поєднується зі стилістикою стенду, багато в чому залежить загальне враження. Закінчивши відбір експонатів, декору, форми стендистів, потрібно ще раз уважно проконтролювати кількість всіх візуальних елементів, включаючи конструкції для викладки, і, головне, смислових акцентів. Останніх не повинно бути багато, інакше увагу відвідувачів розсіється, кожен з них буде самостійно ділити все побачене на стенді на "фігури" і фон, і складно буде змусити їх сконцентруватися на важливих експонатах або елементах оформлення.  
Інформацію про різних виставкових акціях слід розміщувати на стенді і оперативно оновлювати. Її можна вписувати від руки або набирати і прикріплювати до плакатів, якщо вони є на стенді і розміщені так, що оголошення будуть відразу кидатися в очі, і, звичайно, якщо на плакатах передбачено вільне місце. Оперативні повідомлення можна представити й у вигляді табличок-оголошень. Всі запрошення на проведені заходи теж повинні бути доступні на стенді (наприклад, в кишеньках на стійках). Обов'язок стендистів - залучати до них увагу відвідувачів.

# Висновки

---

- Отже, можна зробити висновок. Виставковий стенд - це обличчя фірми. Тому успіх участі підприємства у виставкових заходах багато в чому залежить від мистецтва оформлення виставкової експозиції. Для потенційних клієнтів або партнерів читання газет з рекламою Отже, можна зробити висновок. Виставковий стенд - це обличчя фірми. Тому успіх участі підприємства у виставкових заходах багато в чому залежить від мистецтва оформлення виставкової експозиції. Для потенційних клієнтів або партнерів читання газет з рекламою - заняття щоденне, а відвідування стенду фірми може стати подією. Добре проведена виставкова кампанія і подальша робота з напрацьованими контактами після виставки визначає майбутній прибуток Отже, можна зробити висновок. Виставковий стенд - це обличчя фірми. Тому успіх участі підприємства у виставкових заходах багато в чому залежить від мистецтва оформлення виставкової експозиції. Для потенційних клієнтів або партнерів читання газет з рекламою - заняття щоденне, а відвідування стенду фірми може стати подією. Добре проведена