

展示会の成功に欠かせない
“コンテンツ活用”

3つのコツを事例とともにご紹介！！



コロナ禍もいったん落ち着き、近頃はリアル展示会に出展する企業が増えてきています。

しかし、それと同時によく聞くようになったのが

「展示会へ出展するノウハウが自社にない」

「展示会でもっと成果をあげたい」

というお悩みの声です。

弊社では、展示会を成功に導くポイントの一つに「コンテンツを充実させること」があると考えています。

そこで本書は、展示会でよくある課題を紹介したうえで、コンテンツを活用して展示会を成功に導くコツを事例とともにお伝えします。

展示会で思うような成果をあげられずにお悩みの方は、ぜひ最後までご覧ください。

第1章 展示会出展でよくある3つの課題

- 課題1：事前準備・当日の運営に手間がかかる
- 課題2：展示会で必要なコンテンツが不足している
- 課題3：来場者に立ち寄ってもらえない

第2章 コンテンツ活用で展示会を成功に導く3つのコツ【事例付き】

- コツ1：ブースで集客動画を再生する
- コツ2：来場者フォロー用のお礼動画を送る
- コツ3：コンテンツ制作のプロに依頼

第3章 コンテンツを活用して展示会での成果を最大化しよう

- 商談や展示会で使える！高品質な動画コンテンツを”完全無料”で作る方法

第1章

展示会出展でよくある3つの課題



課題1：事前準備・当日の運営に手間がかかる

課題1つ目は「事前準備・当日の運営に手間がかかる」ことです。

展示会への出展には大量のタスクが発生します。

最初に「出展する目的」を明確にしておくことで発生したタスクを首尾よくこなせ、展示会での成果につながります。

展示会出展時に発生するタスク

- 当日の運営設計
(ブース誘引、接客、商談、プチセミナーなど)
- 後追いの設計
- デザインや発注、作成または設営
 - ▶ ブースデザイン
 - ▶ ユニフォーム
 - ▶ チラシ・パンフレット
 - ▶ ノベルティー
 - ▶ 会場での集客動画
 - ▶ お礼動画
 - ▶ イベント専用提案資料



多くの手間がかかる



成果を得る展示会にするため

- リード獲得
- 商談
- 認知拡大

など、自社が展示会に出展する目的に応じたKPIを設定する



出展する目的を
明確にしておくことが重要

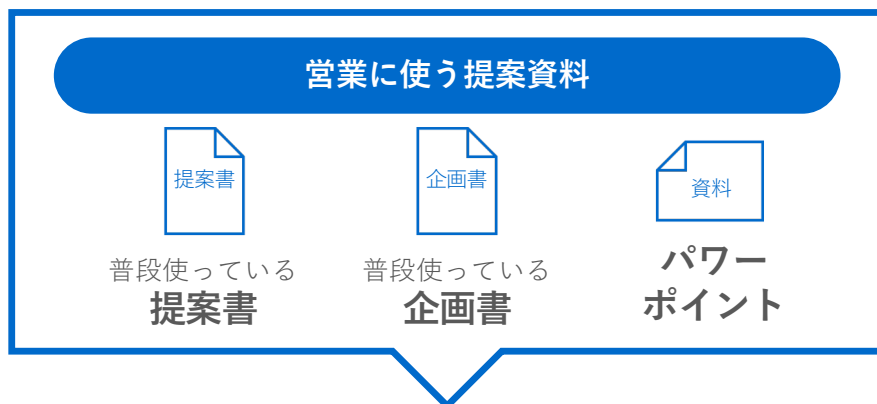


課題2：展示会で必要なコンテンツが不足している

課題2つ目は「展示会で必要なコンテンツが不足している」ことです。

展示会では、来場者に「普段の営業で使っている提案資料」をお渡ししても、興味がわかず相手に刺さらないケースが多いです。

まずは「とりあえず説明を聞いてみようか」と来場者を惹きつけるためのコンテンツを提供する必要があります。



そもそも展示会の来場者は、
自社の説明だけを目的に来場したわけではないため、
「相手が自社の説明を聞こうとしている状態」
を前提に作られる提案資料では伝わらない

展示会には向かない 



「とりあえず説明を聞いてみようか」
と来場者を惹きつけることができる

足止めに最適なコンテンツ 



課題3：来場者に立ち寄ってもらえない

課題3つ目は「来場者に立ち寄ってもらえない」ことです。

そもそも、ブースに来場者の興味を引く集客動画がなかったり、チラシを活用した声かけができていなかったりすると、なかなか人は集まってきません。来場者を集めるためには「来場者の興味をひくコンテンツ」を用意したうえで、来てくれた方を飽きさせない工夫が必要です。

来場者が集まらない3つの原因

原因：01



来場者の興味が引く
集客ができてない

原因：02



端的にサービスを
表現できていない

原因：03



短い時間で最適な説明が
できていない

ブースに人を集めるためには「誰のためのどんなサービスか」を端的に表現し、
「来場者の興味をひくコンテンツ」を用意したうえで「来てくれた方を飽きさせない工夫」が必要



第2章

コンテンツ活用で展示会を成功に導く3つのコツ
【事例付き】



コツ1：ブースで集客動画を再生する

コンテンツ活用で展示会を成功に導くためのコツの1つ目は「ブースで集客動画を再生する」ことです。

展示会では、まず自社のブースに人を集めるところから始める必要があります、そこでおすすめしたいのが「集客動画」を制作してブースで再生することです。

課題

- 集客のために、スタッフがブースの近くを通る来場者一人ひとりに、声をかけて回るのは労力を要する

対策

- 「集客動画」をブースで再生し、動画に興味を持って足を止めた方に声かけをしていくと、効率的に集客できる！

事例：株式会社TOKAI様

「ライフサポート24」のご紹介

サービス内容

①「緊急トラブル駆け付けサービス」
…水回り、鍵、ガラスに関するトラブルに24時間365日対応

②「バックアップサービス」
…泥棒やストーカー被害に遭われたなど万が一の時の住み替えやお引越しい費用の一部を最大10万円まで保証

その他のお得なサービス

- ・日本全国の宿泊施設やレジャー施設の割引
- ・コンビニスイーツなどが毎月抽選で当たるプチギフト
- ・年2回開催のスーパーセール

盛りだくさんになっており



コツ2：来場者フォロー用のお礼動画を送る

コンテンツ活用で展示会を成功に導くためのコツの2つ目は「後日にメールでお礼動画を送る」ことです。

来場者は、展示会終了後には自社の印象が薄まっているということがあります。

後日メールでお礼動画を送り再度内容を紹介することは、その後の商談へと繋がりやすくなります。

課題

- 展示会の来場者は会場内でいくつものブースを巡っているため、展示会後には自社の印象が薄まっている

対策

- もう一度サービス概要や事業内容などを簡単に紹介することで、自社のことを思い出してもらえ商談につながりやすくなる！

事例：株式会社シーズリンク





コツ3. コンテンツ制作のプロに依頼

コンテンツ活用で展示会を成功に導くためのコツの3つ目は「**コンテンツ制作のプロに依頼する**」ことです。

展示会のためのコンテンツは、自社で作るのは面倒といった悩みがあると思います。

プロへ制作を依頼することで、社内にノウハウやリソースがなくても質の高いコンテンツが完成します。

コンテンツ制作を依頼するときの3つのポイント

ポイント：01

自社の特徴を外注先へしっかり伝える

- サービスの特徴
- 競合と比較した場合の自社サービスの強み
- 顧客に刺さりやすいフレーズ

などを伝えることで、
イメージ通りの
コンテンツ
を制作できる



ポイント：02

展示会用のコンテンツ制作実績を確認

全てのコンテンツ制作会社が、展示会用のコンテンツ制作を得意としているわけではないので、実績豊富な企業を選定する



ポイント：03

信頼できる1社に絞って外注する

展示会のコンテンツは「集客動画」「チラシ・パンフレット」「お礼動画」などがありますが、これらを種類ごとに別の企業へ依頼すると、コミュニケーションコストが高くなる



第3章

コンテンツを活用して展示会での成果を最大化しよう

商談や展示会で使える！高品質な動画コンテンツを”完全無料”で作る方法



展示会は、それまで接点がなかった顧客と触れ合えたり、顧客のリアルな課題感を聞いたりできる貴重な場です。しかし、自社に展示会出展のノウハウや経験がないと、なかなか思うような成果をあげられません。そこで、シーズ・リンクでは、高品質な動画コンテンツを制作する方法についてのご相談を受け付けております。是非お問い合わせください！

会社名

株式会社シーズ・リンク

所在地

東京都品川区上大崎4-4-8 ダイナミックアート館ビル1F

設立

2015年11月

役員

代表取締役 澤田 裕樹
取締役 金子 倫也

事業内容

クラウド型DXツール「riclink™」の開発／販売／運用
・企業のDX課題解決・定着のコンサルティング支援
・デジタル施策に関わるコンテンツ制作支援



riclink に関するお問い合わせ

info@riclink.jp

<https://riclink.jp/>