

Сбор контактов на выставке

Сбор контактов на выставке кажется простым делом, но на практике вы столкнётесь с рядом сложностей. Вот главные причины, почему это бывает трудно:

- «Стендовый шум» – люди получают десятки предложений и просто фильтруют информацию.
- Усталость – к концу дня посетители избегают общения и не хотят оставлять данные.
- Страх спама – люди боятся, что их начнут агрессивно «доить» после выставки.
- Неочевидная выгода – если нет ценного предложения («зачем мне это?»), контакты не оставят.
- Плохой интернет – если сбор цифровой, посетители могут не дождаться загрузки формы.
- Несинхронизированные данные – часть контактов остается в блокнотах менеджеров, а не в общей базе.

Если до сегодняшнего дня сбор контактов на выставке был для вас проблемой, предлагаем несколько вариантов готовых решений!

Вариант 1. Геймификация + чат-боты

Самый простой технический вариант решения – это геймификация + чат-боты. Посетитель сканирует **QR-код** на стенде или получает **ссылку** в соцсетях → попадает в чат-бота, который предлагает что-то полезное в обмен на контакты.

Как собрать такого бота?

Можно использовать, например, платформу ManyChat (Facebook/WhatsApp) или Telegram Bot (BotFather + интеграция с Google Sheets/CRM). После сборки сделать QR-код и разместить его на видном месте на стенде.

Сразу после заполнения данные уходят в CRM (Bitrix24, HubSpot, AmoCRM), Google Sheets или отправляются на обработку в мессенджер.

Используя такой подход, компания-участник Web Summit 2023 за 3 дня собрала 1200+ контактов. Розыгрыш Apple Watch шел среди целевой аудитории, поэтому 40% из них стали теплыми лидами.

Пример сценария:

Шаг 1. Приветствие:

"Привет! Это чат-бот компании [Название]. Хотите [Ваше предложение] Нажмите кнопку ниже!"

Шаг 2. Кнопки-действия:

- **Скачать презентацию** → запрос контактов
- **Тест-драйв оборудования** → сбор данных + менеджер+компания
- **Задать вопрос** → переход на живую линию

Шаг 3. Форма сбора данных:

"Для доступа укажите, пожалуйста:"

- Имя
- Email / телефон
- Компания / должность (опционально)

Шаг 4. Благодарность + бонус:

"Спасибо! Вот ваш [файл/ссылка]. Мы свяжемся с вами в ближайшее время!"

Вариант 2. Использовать для сборки контактов связку QR-коды + CRM

Это сложнее и потребует настройки интеграции с базой данных в CRM.
Какие CRM лучше подходят?

CRM	Интеграция с QR-формами
АmoCRM	Через API, Zapier, ManyChat.
Bitrix24	Встроенные формы + REST API.
HubSpot	Готовые формы + автоматизация.
Salesforce	Через API или сторонние сервисы.

Существует еще много способов технических решений, но эти являются основными.

О сборе контактов на выставке и о многом другом можно узнать подробнее на практических семинарах [«Эффективное участие в выставках»](#), которые мы продолжим проводить, но уже в онлайн-формате. Не пропустите анонсы в наших рассылках!

Семинары «Эффективное участие в выставках» проводит **Николай Карасёв** – генеральный директор АВК «ЭкспоЭффект», автор книги «ЭКСПОЛОГИЯ. Как эффективно участвовать в выставке». Николай Карасёв имеет многолетний опыт работы в выставочной индустрии, с 2006 года провел свыше 800 практических занятий для экспонентов.

За 18 лет в «ЭКСПОЦЕНТРЕ» состоялись более 120 семинаров «Эффективное участие в выставках», в которых приняли участие более 8 600 человек. География участников – практически все регионы России, а также страны СНГ и зарубежья.

Приходите на семинар, чтобы узнать, что, а главное, как нужно делать, чтобы полноценно использовать ресурсы и коммерческий потенциал выставок и обеспечить себе значительное конкурентное преимущество.