



3–6.02.2026

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО,
ПАВИЛЬОН 3

**ПОДГОТОВКА
К ВЫСТАВКЕ**

aquaflame-expo.ru

**30-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
БЫТОВОГО И ПРОМЫШЛЕННОГО
ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ОТОПЛЕНИЯ,
ВОДОСНАБЖЕНИЯ, ИНЖЕНЕРНО-
САНТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМ,
БАССЕЙНОВ, САУН И СПА**

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ
СЕКТОР



**ОДНОВРЕМЕННО С ВЫСТАВКОЙ
ОБОРУДОВАНИЯ И ТЕХНОЛОГИЙ
ДЛЯ ВЕНТИЛЯЦИИ
И КОНДИЦИОНИРОВАНИЯ**



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ К ВЫСТАВКЕ



1. ПЕРЕД ВЫСТАВКОЙ

Чтобы правильно подготовиться к выставке и получить от нее максимальный результат, мы собрали для вас руководство с эффективными выставочными технологиями. Проверенные решения и новые идеи помогут существенно повысить количество контактов с целевыми посетителями и решить поставленные бизнес-задачи на Aquaflame.



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Используйте постановку задач по классическому принципу SMART, согласно которому задачи участия в выставке должны быть:

- **конкретными:** избегайте расплывчатых и двусмысленных формулировок
- **измеримыми:** задачи должны иметь количественные и качественные характеристики
- **достижимыми:** необоснованно высокие задачи могут демотивировать и привести к негативному результату
- **релевантными:** должны соответствовать стратегическим, тактическим и оперативным задачам компании
- **ограниченными по времени:** до, во время и после выставки



Увеличить объем продаж радиаторов отопления до 20% за 6 месяцев после выставки, за счет установления сотрудниками «А» и «Б» контактов на выставке Aquaflame с партнерами «В» и «Г»



Повысить продажи с помощью выставки



КОНТАКТ С ОРГАНИЗАТОРОМ

Держите связь с командой выставки. Вы всегда можете обратиться за помощью или советом к вашему менеджеру.

Изучите все необходимые документы и сроки для подготовки к мероприятию, используйте готовые инструменты для достижения максимальной эффективности:

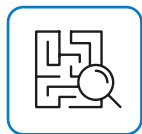
- Рекламные и спонсорские возможности
- Технический мануал для заказа дополнительного оборудования, технических услуг и застройки стенда
- Бесплатные рекламные инструменты



ВЫСТАВКА РАБОТАЕТ НА ВАС ВСЕГДА

Будьте на связи с вашей аудиторией постоянных и потенциальных партнеров и клиентов круглый год:

- Используйте все возможности сообщества Aquaflame Connect
- Присылайте новости о вашей компании для публикации на официальном сайте выставки и в социальных сетях
- Воспользуйтесь брендом выставки для генерации контента на вашем корпоративном сайте, расскажите о вашем участии в Aquaflame и новинках, которые будут представлены на вашем стенде
- Пригласите партнеров и потенциальных клиентов на ваш стенд на выставке Aquaflame, отправив им письмо-приглашение или распечатайте официальный пригласительный билет с вашим уникальным промокодом
- Разместите баннер выставки с вашим индивидуальным промокодом на сайте и в подписи в эл. почты
- Узнайте у своего менеджера о бесплатных инструментах, которые мы разработали специально для вас



ГЛАВНЫЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ УЧАСТНИКА К ВЫСТАВКЕ

1

Определение бюджета, бронирование места на выставке

2

Создание дизайна стенда и выбор застройщика. Техническая подготовка

3

Подготовка сотрудников и материалов к выставке, анонс, реклама участия

4

Зарегистрируйтесь в бизнес-сообщество Aquaflame Connect, чтобы собирать дополнительные лиды во время выставки и целый год после выставки

5

Работа на выставке

6

«Пост-шоу»
Работа с контактами, подведение итогов, раннее бронирование стенда на следующий год



2. ВО ВРЕМЯ ВЫСТАВКИ



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ВЫ ГОТОВЫ К РАБОТЕ, И У ВАС ЕСТЬ НУЖНЫЕ МАТЕРИАЛЫ:

- ☐ Презентация / брошюры / буклеты с новинками и перечнем продукции, услуг, в печатном виде и/или в виде ссылки на файл.

Можно воспользоваться удобным и бесплатным сервисом для создания красивых QR кодов:
www.qrcode.website

- ☐ Шаблон коммерческого предложения.

- ☐ Визитки в достаточном количестве и под различные запросы.

Удобно иметь визитки как с прямыми контактами, так и с общими, по отделам, так вы сможете лучше сегментировать аудиторию и запросы

- ☐ Убедитесь, что все стендисты зарегистрированы в Aquaflame Connect.

Если посетитель попросит Ваш контакт, вы сможете предложить отсканировать Ваш бейдж, где будет вся информация не только о Вас, но и о вашей компании и продуктах.

- ☐ Удобный органайзер / разделитель для визиток посетителей + стикеры для пояснений и заметок по визиткам.

От качества сортировки визиток посетителей будет зависеть качество дальнейшей обработки данных!
Если позволяет бюджет, то лучше на дни проведения мероприятия нанять сотрудника, который сразу же будет заниматься оцифровкой визиток и комментариев по каждому лиду. Это существенно упростит работу после выставки

- ☐ Разработайте свою систему комментариев к собранным с помощью сервиса Лидсканирование контактам посетителей.

Например, отмечать дату следующего контакта или запрос посетителя. Так будет гораздо эффективнее обрабатывать собранную информацию.



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ВЫ ГОТОВЫ К РАБОТЕ, И У ВАС ЕСТЬ НУЖНЫЕ МАТЕРИАЛЫ:



- Набор «шпаргалок» для коммуникаций. Для каждого типа посетителя важно продумать заранее шаблон диалога и иметь необходимые данные под рукой. В том числе важно заранее продумать вежливую коммуникацию с НЕцелевыми посетителями, чтобы распределить ваше время на важных посетителей.

Запаситесь заранее набором фраз для привлечения внимания.
Не пользуйтесь банальными приветствиями и общими фразами

- Сувенирная продукция. Даже при минимальном бюджете на выставке важно иметь повод подойти или в течение разговора дать посетителю что-то полезное. Не останавливайтесь только на раздатке полиграфических материалов.

Существует масса вариантов сувенирной продукции под любые бюджеты: бумажные ручки, магниты с линейкой, полезные постеры с отраслевой инфографикой и далее по возрастанию премиальности – все это поможет вашим посетителям не забыть о вас после мероприятия. Полиграфии будет много и не вся она будет изучена после мероприятия. А яркий сувенир, правильно подготовленный, может служить «ключом» к вашему сайту с массой полезной информации

- Флеш-карта, ноутбук со всеми необходимыми материалами на случай отключения интернета.





КОНТАКТЫ. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Большинство посетителей выставки – это 5 основных групп.
Базовые пункты коммуникации с каждой:



СУЩЕСТВУЮЩИЕ КЛИЕНТЫ И ПАРТНЕРЫ

- ☐ Встретиться и обсудить текущие дела
- ☐ Пригласить на неформальную встречу самых важных клиентов
- ☐ Подготовить бизнес-сувениры и фирменные пакеты/сумки
- ☐ Пригласить на презентацию новинок или анонсировать их

КОНКУРЕНТЫ

- ☐ Подготовить сотрудников стенда к ответам на вопросы, в т.ч. «неудобные»
- ☐ Изучить стенды конкурентов, обновить информацию
- ☐ Посетить стенды отдельных конкурентов с визитом вежливости, подготовить вопросы
- ☐ Заранее позаботиться о расположении вашего стенда относительно конкурентов и выбрать для себя более выгодное

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

- ☐ Анонсировать участие
- ☐ Подготовить все необходимые материалы, презентации о компании и услугах
- ☐ Подготовить бизнес-сувениры и фирменные пакеты/сумки
- ☐ Убедиться, что сотрудники стенда обучены необходимой коммуникации

ЖУРНАЛИСТЫ, ФОТОГРАФЫ, ВИДЕОГРАФЫ

- ☐ Назначить ответственного по взаимодействию со СМИ
- ☐ Договориться об интервью с вашей компанией в отраслевом СМИ
- ☐ Выбрать спикера от компании, подготовить его, снабдить материалами
- ☐ Продумать стенд так, чтобы было место для интервью, соблюдать порядок и дресс-код

СЛУЧАЙНЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ

- ☐ Подготовить материалы с базовой информацией о компании и услугах
- ☐ Подготовить общие визитки
- ☐ Назначить обученного сотрудника по работе с нецелевыми посетителями
- ☐ Продумать интерактив на стенде. Случайные посетители могут создать эффект толпы, тем самым привлекая потенциальных клиентов



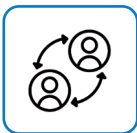
СТЕНД

От качества подготовки стенда будет зависеть 70% вашего успеха на выставке. Зачастую дело не в дороговизне и уникальности застройки, а в простых вещах.

ПРОВЕРЬТЕ, ВСЕ ЛИ ГОТОВО:

- ☐ Продумана изолированная комната или место для переговоров. Если площадь стенда не позволяет, забронируйте переговорную комнату заранее у Организатора
- ☐ Грамотно оборудовано складское помещение: стеллаж, холодильник, вода, крючки для верхней одежды, посуда (в том числе грязная), сумки, коробки – все это должно удобно располагаться в подсобке
- ☐ Заказано / закуплено необходимое оборудование и инвентарь: посуда, поднос, чайник, кулер с водой, фильтры («пилоты») с розетками, мусорные пакеты, картонные коробки, пакеты, буклетницы, мусорные ведра, салфетки, столовые приборы, стулья, столы
- ☐ Аптечка с набором основных медикаментов
- ☐ Телефоны, зарядки в достаточном количестве, планшеты, power банки
- ☐ Скотч, пленка, степлер, ножницы, ручки, файлы, папки
- ☐ Угощения для посетителей. Количество зависит от бюджета и форматов участия, мы рекомендуем запастись базовым набором: кофе, чай, сахар, сливки, вода, печенье, конфеты
- ☐ Питание в виде «быстрых» продуктов для сотрудников стенда. Не всегда есть возможность отлучиться на бизнес ланч, не всегда есть возможность хранить стандартную еду. Можно запастись: сэндвичами, печеньем, фруктами
- ☐ Убедитесь до выставки, что у стендистов установлено приложение Aquaflame Connect и отредактирован личный профиль и профиль компании. Отсканируйте кью-ар код компании на стенде на табличке с номером и убедитесь, что информация отражается корректно.

3. ПОСЛЕ ВЫСТАВКИ



ПОСТ-АКТИВНОСТЬ

Работа после мероприятия важна не меньше, чем в дни его проведения.

ПОДГОТОВЬТЕСЬ:

- ☐ Обработайте все полученные контакты, структурируйте их, занесите в свою CRM
- ☐ Создайте follow-up рассылку, поблагодарите за посещение, анонсируйте дальнейшую работу
- ☐ Не забудьте направить материалы всем, кому пообещали
- ☐ Спустя 2-3 недели обзвоните ключевых посетителей и обсудите детали дальнейшего взаимодействия
- ☐ В течение двух месяцев смотрите в Aquaflame Connect список рекомендованных посетителей и продолжайте искать новые контакты (лиды)





ПРОВЕРЬТЕ, ВСЕ ЛИ ГОТОВО:

- ☐ Установите приложение Aquaflame Connect на смартфон. Если уже регистрировались ранее — нажмите «Забыли пароль?» и восстановите доступ.
- ☐ Проверьте, что вы прикреплены к вашей компании в профиле участника.
- ☐ Откройте профиль компании: проверьте название, логотип, описание, продукты/услуги, теги интересов, ссылки. Исправьте неточности — это влияет на рекомендации и видимость вашей компании.
- ☐ 11.12.2025 в рамках сообщества состоится онлайн обучение по использованию бесплатных сервисов Матчмейкинг и Лидсканирование.

Запишитесь через раздел Расписание или [по ссылке](#)
(запись доступна после регистрации в сообщество).

- ☐ Перейдите в «Матчмейкинг» и просмотрите рекомендованных посетителей: добавьте в «Избранное», напишите им заранее: представьтесь, кратко обозначьте ценность встречи, предложите встретиться и пообщаться на вашем стенде в дни выставки.
- ☐ Если что-то не работает или видите неточности — свяжитесь с менеджером клиентской поддержки:
Марина Яковлева
Моб.: +7 968 443-81-94
Тел.: +7 495 136-37-70 (доб. 316)

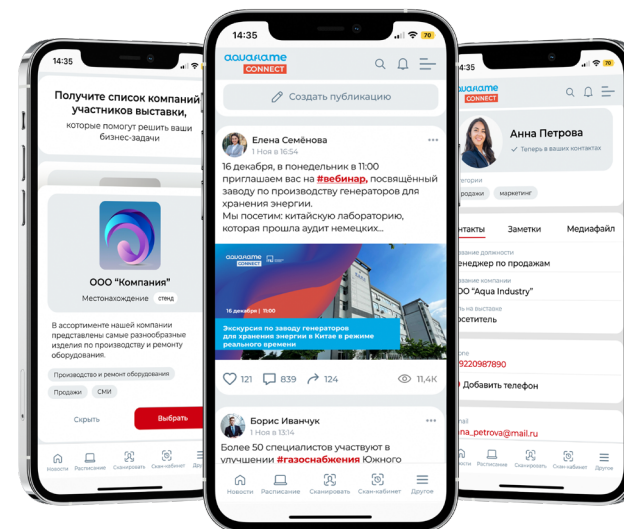
Email: Marina.Yakovleva@ite.group
- ☐ Публикуйте в ленте новостей посты, анонсы и материалы о продуктах и услугах. Содержательные посты попадают в рассылку по базе сообщества Aquaflame Connect (13400+ пользователей)
- ☐ Участвуйте в вебинарах, комментируйте новости других, активно привлекайте внимание к своей компании



ПРОВЕРЬТЕ, ВСЕ ЛИ ГОТОВО:

- ☐ Пользуйтесь Лидсканированием в приложении. Сканируете бейдж посетителя — контактные данные и интересы сохраняются в вашем списке лидов:
 1. не теряются визитки и ценные контакты,
 2. можно сразу ставить метки, стадии и заметки по разговору,
 3. лиды доступны всей команде,
 4. данные улучшают персональные рекомендации в Матчмейкинге для последующих дней и после выставки.
- ☐ Проверяйте сообщения в Матчмейкинге: отвечайте посетителям оперативно, согласуйте встречи на стенде, рассказывайте о вашей компании и продуктах.
- ☐ Помогите коллегам установить приложение и войти под корпоративными аккаунтами, чтобы вся команда сканировала лиды в один общий пул.

- ☐ Следите за лентой новостей сообщества: публикуйте анонсы докладов, демо, розыгрыши, спец-предложения на стенде, фото с гостями — это повышает охват и приводит дополнительный трафик.
- ☐ Если что-то идёт не так — звоните Марине Яковлевой: +7 968 443-81-94 или подходите на стенд Aquaflame Connect рядом с офисом организатора.





ПРОВЕРЬТЕ, ВСЕ ЛИ ГОТОВО:

- ☐ В разделе «Скан-кабинет» выгрузите контакты в Excel для дальнейшей обработки. Сохраните заметки и метки — они помогают при дальнейшей обработке контактов.
- ☐ Зайдите в «Матчмейкинг»: список рекомендаций обновится на основе собранных вами данных (тематики, интересы, реальные взаимодействия на стенде). Найдите новых релевантных пользователей и начните диалог.
- ☐ В Матчмейкинге также видны люди по вашим бизнес-интересам, которые получили билет, но могли не дойти до стенда/выставки — напишите им в сообществе и предложите онлайн-демо, прайс или материалы.

- ☐ Продолжайте общение круглый год — Aquaflame Connect работает 24/7:
 - Экспертные вебинары и разборы кейсов;
 - Интервью с лидерами отрасли и обзоры технологий;
 - Записи сессий и краткие конспекты (для быстрой пересылки клиентам/коллегам);
 - Аналитика рынка и тематические дайджесты;
 - Вакансии и поиск партнёров внутри сообщества;
 - Календарь мероприятий и напоминания о ключевых датах;
 - Гайды/чеклисты по продажам на стенде, онбордингу дилеров и пост-шоу follow-up.
- ☐ Если есть вопросы — пишите менеджеру клиентской поддержки: Марина Яковлева
Моб.: +7 968 443-81-94
Тел.: +7 495 136-37-70 (доб. 316)

Email: Marina.Yakovleva@ite.group

СКАЧАТЬ
ПРИЛОЖЕНИЕ:

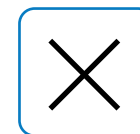




БОНУС: ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ



- ☐ Будьте активны, общайтесь, узнавайте, берите максимум от коллективных встреч – в обычное время организовать их сложно.
На выставке люди открыты к диалогу и предложениям.
- ☐ Продумайте заблаговременно расположение вашего стенда, его комплектацию и конструкцию. Больше открытых углов – больше посетителей.
- ☐ Обучение сотрудников не несет больших затрат, но дает значительный эффект для успеха мероприятия.



- ☐ Не действуйте наугад и не полагайтесь на удачу. Готовьтесь к мероприятию тщательно и качественно.
- ☐ Не тратьте много времени квалифицированных сотрудников на нецелевых посетителей. Проведите подготовительную работу с сотрудниками, распределите обязанности.
- ☐ Не пренебрегайте рекламной кампанией перед выставкой, обеспечьте осведомленность посетителей заранее.

ЖЕЛАЕМ ВАМ УСПЕШНОЙ ВЫСТАВКИ! ДО ВСТРЕЧИ НА AQUAFLAME 2026 3-6 ФЕВРАЛЯ, КРОКУС ЭКСПО

Менеджеры выставки будут рады ответить
на ваши вопросы



Ольга Егорова
Директор выставки
Olga.Egorova@ite.group



Наталья Былина
Менеджер выставки
Natalia.Bylina@ite.group



Алла Качесова
Координатор
Alla.Kachesova@ite.group



Елена Рак
Бренд-менеджер
Elena.Rak@ite.group



Полина Мачина
Продюсер деловой программы
Polina.Machina@ite.group



Екатерина Кебал
Менеджер цифрового бизнес-
сообщества Aquaflame Connect
Ekaterina.Kebal@ite.group



Марина Яковлева
Менеджер клиентской поддержки
Aquaflame Connect
Marina.Yakovleva@ite.group