



Stanovení cílů

✓ Jaký je hlavní obchodní cíl mé účasti na akci? *(Získat leady, budovat brand, domluvit schůzky...)*

✓ Jak budu měřit úspěch? *(Kolik leadů, schůzek nebo jiných interakcí chci získat?)*

♦ Propagace před akcí

- ☐ Účast oznámená na sociálních sítích
- ☐ Poslané pozvánky kontaktům a klientům
- ☐ Připravená landing page nebo formulář

♦ Praktická příprava

- ☐ Mám naplánovanou logistiku
- ☐ Víím, kdo z týmu v jaké roli se akce zúčastní
- ☐ Máme zajištěnou techniku

♦ Marketingové materiály a branding

- ☐ Vizitky (klasické / digitální s QR kódem)
- ☐ Letáky, brožury nebo jiný obsah na stánku
- ☐ Roll-up nebo jiná prezentace značky

✦ Další poznámky k přípravě:

Oslovování návštěvníků

✓ Jak bude vypadat moje úvodní věta při oslovování lidí?

✓ Jaký je můj elevator pitch v jedné větě?

♦ Metody sběru kontaktů

- ☐ Ručně – poznámky na vizitky
- ☐ Digitálně – QR kódy, aplikace na sběr leadů
- ☐ Interaktivně – dotazníky, soutěže, ...

♦ Záznam informací o leadech

✓ Jak si budu zapisovat klíčové informace o lidech, se kterými se setkám?

Zpracování kontaktů

- ☐ Mám seznam leadů rozdělený podle priority (Hot / Warm / Cold lead)
- ☐ Každý lead má přiřazený konkrétní další krok (schůzka, posílání obsahu, navázání kontaktu,...)

♦ Follow-up strategie

- ☐ Personalizované zprávy do 24–48 h po akci
- ☐ Relevantní obsah (případovka, článek, demo)
- ☐ Další kontakt pro warm a cold leady

♦ Vyhodnocení akce

- ✓ Kolik kontaktů jsem získal/a? _____
- ✓ Kolik schůzek jsem domluvil/a? _____
- ✓ Největší přínos? _____

Mgr. Vladana Bačová

+420 777 199 016

vladana@prettymuchnomads.com

prettymuchnomads.com

