



پروپوزال

برگزاری نمایشگاه تجارت و سرمایه گذاری

ایران - ترکیه در زنجان

IRTUREX

برگزارکننده: شرکت نمایشگاه های بین المللی استان زنجان (کاسپین)





فهرست عناوین:

۱- مقدمه

۲- اهداف کلی برگزاری نمایشگاه های بین المللی

۳- اهداف برگزاری نمایشگاه تجارت و سرمایه گذاری ایران و ترکیه در استان زنجان

۴- اطلاعات محل برگزاری نمایشگاه

۵- اهداف و پیشنهادات عملیاتی این نمایشگاه

۶- مزایای حضور در نمایشگاه

۷- مراحل برگزاری نمایشگاه تجارت و سرمایه گذاری ایران و ترکیه در استان زنجان





مقدمه

در راستای توسعه همکاری های اقتصادی و تجاری بین استان زنجان و کشور ترکیه، برگزاری نمایشگاه تجارت و سرمایه گذاری ایران و ترکیه با هدف معرفی ظرفیت های صنعتی، تولیدی و خدماتی دو طرف برنامه ریزی شده است. همچنین با مجوز رسمی سازمان توسعه تجارت ایران در تاریخ بهمن ماه ۱۴۰۴ نمایشگاه بین المللی تجارت و سرمایه گذاری ایران و ترکیه به عنوان یک رویداد تجاری استراتژیک در تقویم تجاری منطقه، با هدف تقویت روابط تجاری و اقتصادی میان دو کشور همسایه و به میزبانی مرکز نمایشگاه های بین المللی استان زنجان با رتبه الف بین المللی در برگزاری نمایشگاه ها مجوز برگزاری خود را دریافت کرده است. این رویداد بستری برای ایجاد ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان، صادرکنندگان، سرمایه گذاران و فعالان اقتصادی فراهم می آورد تا فرصت های همکاری و تبادل فناوری به شکلی مؤثر و هدفمند شکل گیرد.

نمایشگاه حاضر به عنوان نقطه تلاقی تجربه، نوآوری و بازارهای جدید، زمینه ای مناسب برای معرفی برندهای برتر، شناسایی بازارهای هدف، و توسعه صادرات استان زنجان به ترکیه و بالعکس خواهد بود. ما با تکیه بر ظرفیت های صنعتی و بازرگانی استان، به ویژه در حوزه های فلز، معدن، صنایع غذایی، نساجی، پلیمر و محصولات کشاورزی، به دنبال خلق رویدادی متمایز و اثرگذار هستیم.

هدف اصلی این نمایشگاه، ایجاد بستری پویا برای معرفی توانمندی های صادراتی، افزایش تعاملات تجاری و ارتقای جایگاه زنجان در مسیر توسعه صادرات منطقه ای و بین المللی است. این گردهمایی فرصت ارزشمندی برای تبادل تجربیات، گسترش شبکه های همکاری و شکل گیری مشارکتهای جدید میان فعالان اقتصادی ایران و ترکیه خواهد بود.





اهداف کلی برگزاری نمایشگاه های بین المللی

برگزاری نمایشگاه های خارجی در ایران یکی از ابزارهای مؤثر توسعه اقتصادی، دیپلماسی تجاری و معرفی ظرفیت های صنعتی کشور در عرصه بین المللی است. این رویدادها نقش مهمی در گسترش تعاملات اقتصادی، جذب سرمایه گذاری خارجی و توسعه صادرات غیرنفتی ایفا می کنند و بستری برای انتقال دانش، فناوری و تجارب مدیریتی میان فعالان اقتصادی کشورهای مختلف فراهم می سازند.

نمایشگاه های خارجی در ایران با هدف تقویت ارتباطات تجاری و صنعتی میان تولیدکنندگان داخلی و بازارهای هدف بین المللی برگزار می شوند و به ایجاد فرصت های جدید برای صادرات محصولات ایرانی، افزایش ارزش آوری و ارتقای کیفیت تولیدات داخلی کمک می کنند.

از جمله اهداف کلان برگزاری نمایشگاه های بین المللی و خارجی در ایران می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- معرفی توانمندی ها، ظرفیت ها و مزیت های رقابتی صنایع، معادن و خدمات کشور به بازارهای خارجی
- ۲- توسعه روابط اقتصادی و تجاری با کشورهای هدف و ایجاد شبکه های پایدار همکاری های دوجانبه
- ۳- کمک به توسعه صادرات غیرنفتی از طریق تسهیل ارتباط مستقیم بین تولیدکنندگان و خریداران خارجی
- ۴- جذب سرمایه گذاری های مشترک و ارتقای انتقال فناوری و دانش فنی به کشور
- ۵- شناسایی نیازهای بازارهای خارجی و تطبیق استانداردهای تولید داخلی با الزامات بین المللی
- ۶- معرفی فرصت های سرمایه گذاری، تولید مشترک و برندسازی بین المللی برای محصولات ایرانی
- ۷- تقویت جایگاه ایران به عنوان یکی از قطب های اقتصادی و صنعتی منطقه در حوزه های انرژی، معدن، صنایع فلزی، غذایی، نساجی، دارویی و فناوری های نو
- ۸- ایجاد بستر گفت و گو میان بخش خصوصی ایران و فعالان اقتصادی کشورهای مختلف برای توسعه همکاری های بلندمدت





اهداف برگزاری نمایشگاه تجارت و سرمایه گذاری ایران و ترکیه در استان زنجان:

استان زنجان با برخورداری از موقعیت جغرافیایی راهبردی در شمال غرب کشور، دسترسی مناسب به محورهای ترانزیتی بین المللی و برخورداری از زیرساخت های صنعتی و معدنی قدرتمند، یکی از قطب های مهم اقتصادی ایران به شمار می رود. حضور بیش از ۲۵۰۰ واحد تولیدی و صنعتی فعال در حوزه های فلزات غیر آهنی، صنایع غذایی، لوازم خانگی، کفش و چرم، نساجی و صنایع تبدیلی کشاورزی، زنجان را به استانی با ظرفیت بالای صادراتی تبدیل کرده است.

در میان مقاصد صادراتی استان، کشور ترکیه جایگاه نخست را داراست؛ به گونه ای که طی سال های اخیر، بیش از ۶۰ درصد صادرات استان زنجان به مقصد ترکیه انجام شده است. عمده اقلام صادراتی شامل شمش روی و مشتقات فلزی، محصولات فولادی/مقاطع فلزی، قطعات و ترانسفورماتور، برخی محصولات شیمیایی و مواد غذایی فرآوری شده (لبنیات، خرما، کشمش) و تولیدات کفش و کالای چرمی بوده و ارزش صادرات سالانه به ترکیه در برخی سال ها به بیش از ۳۸۰ میلیون دلار رسیده است. این موضوع بیانگر وجود بازار باثبات، شناخت متقابل میان تجار دو کشور و فرصت توسعه بیشتر روابط تجاری است.

طبق گزارش های رسمی و انعکاس خبرگزاری ها، در نیمه نخست سال جاری (۱۴۰۴ شمسی) از گمرک زنجان حدود ۷۱ هزار تن کالا به ارزش ۱۵۹ میلیون دلار به ۲۲ کشور صادر شده است؛ این گزارش نشان می دهد حجم و ارزش صادرات استان در چند سال اخیر روند افزایشی داشته است. همچنین در گزارش های محلی و گفت و گو با مقامات گمرک و سازمان صمت استان اشاره شده که ترکیه جایگاه نخست مقاصد صادراتی زنجان را در اختیار دارد و سهم این کشور از صادرات استان بیش از ۶۰ درصد برآورد می شود. این آمارها نشان می دهد تمرکز تجاری استان روی بازار ترکیه بالا می باشد.





منابع محلی و گزارش های مدیران گمرک و اتاق بازرگانی استان بارها اعلام کرده اند که ترکیه در صدر مقاصد صادراتی استان قرار دارد؛ در گزارش ها نسبت های ۶۰ تا ۶۶ درصدی سهم ترکیه از مجموع صادرات استان ذکر شده است که حکایت از وابستگی بالای بازار زنجان به ترکیه دارد. بنابراین می توان گفت «ترکیه رتبه اول» در میان مقاصد صادراتی استان زنجان را دارد و این نشان دهنده تمرکز استان روی ترکیه و اهمیت میزبانی نمایشگاهی ویژه این کشور است.

با توجه به سیاست های توسعه صادرات غیرنفتی، حمایت از تولید داخلی و گسترش بازارهای هدف، برگزاری نمایشگاه توانمندی های صادراتی به ترکیه در زنجان می تواند به عنوان گامی مؤثر در جهت معرفی ظرفیت های واقعی استان به فعالان اقتصادی ترکیه و ایجاد پیوندهای جدید تجاری عمل کند. این نمایشگاه بستری برای ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان، صادرکنندگان، بازرگانان و خریداران ترک فراهم می سازد و فرصتی است تا کالاها و خدمات رقابتی استان در معرض دید بازار هدف قرار گیرد.

افزون بر این، حضور فعال شرکت های ترکیه ای در این رویداد، زمینه ساز انتقال دانش فنی، شناخت نیازهای بازار ترکیه، تبادل تجربیات صادراتی و انعقاد قراردادهای B2B خواهد بود. همچنین با برگزاری نشست های تخصصی، کارگاه های آموزشی و برنامه های جانبی، نمایشگاه می تواند نقش موثری در توانمندسازی بنگاه های کوچک و متوسط استان برای حضور در بازارهای بین المللی ایفا کند.





اهداف کلان:

- ۱- تقویت سهم صادرات استان زنجان در بازار ترکیه و تبدیل شدن به هاب صادراتی منطقه برای کالاهای منتخب
- ۲- معرفی ظرفیت های صنعتی و کشاورزی زنجان به تجار، واردکنندگان و خریداران ترکیه ای و ایجاد مسیرهای پایدار تجاری (قراردادهای طولانی مدت و خط عرضه)
- ۳- ایجاد برند منطقه ای برای کالاهای هدف (به ویژه شمش روی و محصولات مرتبط، قطعات فلزی و صنعت کفش) و ارتقای روند صادرات مستقیم از گمرک زنجان

از مهم ترین مزیت های برگزاری این نمایشگاه می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- توسعه صادرات غیرنفتی و افزایش سهم استان زنجان در بازارهای منطقه ای: با معرفی مستقیم محصولات و توانمندی های صنعتی به تجار ترکیه، زمینه ورود کالاهای زنجان به بازارهای بین المللی فراهم می شود.
- ۲- گسترش همکاری های دوجانبه ایران و ترکیه: نمایشگاه بستری برای مذاکرات تجاری، انعقاد تفاهم نامه ها و قراردادهای همکاری در زمینه های صنعتی، معدنی، کشاورزی، غذایی و خدمات فنی و مهندسی است.
- ۳- جذب سرمایه گذاری خارجی و ایجاد اشتغال پایدار: حضور سرمایه گذاران ترک و ایرانی در این رویداد می تواند منجر به سرمایه گذاری مشترک، انتقال دانش فنی و ایجاد واحدهای تولیدی مشترک در زنجان شود.





- ۴- معرفی برندها و شرکت های برتر استان: فرصتی برای نمایش توانمندی های تولیدکنندگان و صادرکنندگان زنجانی در حوزه های متنوع از جمله فلزات، صنایع غذایی، نساجی، پلیمر و صنایع دستی فراهم می آید.
- ۵- افزایش تبادلات علمی، فنی و تکنولوژیک: تبادل تجربه میان صنایع مشابه دو کشور در زمینه تولید و فناوری های نوین، موجب ارتقای سطح کیفی محصولات داخلی خواهد شد.
- ۶- تقویت جایگاه زنجان در نقشه صادرات کشور: با برگزاری این نمایشگاه، زنجان به عنوان یکی از قطب های اصلی صادرات در شمال غرب کشور شناخته شده و نقش مؤثری در تحقق اهداف کلان توسعه صادرات ایفا خواهد کرد.
- ۷- ارتقای دیپلماسی اقتصادی و برند منطقه ای: این رویداد با ایجاد تصویر مثبت از ظرفیت های صنعتی و اقتصادی زنجان، جایگاه استان را در سطح ملی و بین المللی تقویت می کند.





اطلاعات محل برگزاری نمایشگاه:

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان زنجان

۱. نخستین مرکز خصوصی نمایشگاهی در شمال غرب کشور
۲. موقعیت استراتژیک نمایشگاه در مجاورت محور مواصلاتی استراتژیک تهران - تبریز - اروپا و اوراسیا
۳. قرارگیری در یکی از نقاط ویژه توریستی شهر زنجان
۴. موقعیت ممتاز زنجان به عنوان یک مرکز تجاری-صنعتی مهم در شمال غرب کشور
۵. قرارگیری زنجان در یکی از کریدورهای مهم ترانزیت کالا و حمل و نقل کشور
۶. دسترسی آسان به بازارهای منطقه ای و بین المللی
۷. پشتوانه تاریخی و فرهنگی روابط تجاری ایران و ترکیه
۸. ظرفیت های اقتصادی مکمل دو کشور
۹. پتانسیل بالای توسعه تجارت دوجانبه
۱۰. با مساحت ۱۲۰۰۰ متر مربع





اهداف و پیشنهادات عملیاتی این نمایشگاه:

۱- برگزاری آیین افتتاحیه رسمی با حضور مسئولان استانی، نمایندگان اتاق های بازرگانی ایران و ترکیه،

شرکت های بزرگ و رسانه ها

۲- برپایی غرفه های تخصصی برای معرفی صنایع و محصولات استان زنجان در زمینه:

فناوری اطلاعات و ارتباطات

صنایع شیمیایی و پتروشیمی

صنایع معدنی و فلزی

صنایع غذایی و کشاورزی

صنایع نساجی و پوشاک

صنایع خودروسازی و قطعات

صنایع برق و الکترونیک

صنایع ساختمانی و تاسیساتی

فنی و مهندسی

صنایع دستی و هنری

۳- فراهم کردن فضای نمایشگاهی و نشست های حضوری برای صادرکنندگان/تولیدکنندگان استان و دعوت از خریداران/تاجران ترکیه ای (تأمین کنندگان زنجیره فروش ترکیه) و حضور هیات های تجاری از جمله خریداران و تاجران، صاحبان صنایع، تشکل ها و هیات های رسمی در سطوح عالی و بین المللی، نمایندگان شرکت های ترکیه ای، اتحادیه های صنفی و تشکل های بخش خصوصی و دولتی ترکیه ای، اتحادیه های صنفی و تشکل های بخش خصوصی و دولتی ترکیه ای، نمایندگان اتاق های بازرگانی، کارشناسان و مشاوران تجاری، نمایندگان نهادهای دولتی و وابستگان تجاری ایران و ترکیه





۴- عقد تفاهم نامه یا پیش قرارداد صادراتی در محل نمایشگاه

۵- آموزش و کارگاه های توانمندسازی برای واحدهای تولیدی درباره استانداردهای صادرات به ترکیه، بسته بندی، برچسب گذاری و روش حمل و نقل مرزی و برگزاری کارگاه های آموزشی تخصصی و فنی با موضوعات:

- بررسی قوانین و مقررات تجاری بین المللی (سازمان توسعه تجارت ایران)

- بررسی راهکارهای بازاریابی و فروش در ترکیه (اتاق مشترک ایران و ترکیه، رایزنی بازرگانی ایران در ترکیه، رایزنی بازرگانی ترکیه در ایران و ...)

- مدیریت ریسک های تجارت و ارائه مسیرهای تجارت امن و آسان (شرکت های مدیریت صادرات و واردات، اتاق بازرگانی ایران، انجمن ها و اتحادیه های بین المللی)

- ارائه راهکارهای مبادلات مالی و بانکی (صندوق ضمانت صادرات، اتاق مشترک ایران و ترکیه، سازمان توسعه و تجارت، بانک مرکزی، ...)

- مدیریت زنجیره تامین بین المللی

- بررسی قوانین گمرکی و حمل و نقل کالا (گمرک جمهوری اسلامی ایران، سازمان توسعه و تجارت، انجمن حمل و نقل بین المللی کالا، اتاق مشترک ایران و ترکیه)

-ارایه راهکارها و روش های صادرات ایران به ترکیه

-ارائه مشاوره های تخصصی در حوزه صادرات

۶- برگزاری پنل های تخصصی تجارت

۷- برنامه بازدید از مراکز صنعتی و مناطق آزاد

۸- تسهیل ثبت و معرفی صادرکنندگان جدید در سامانه ها و کانال های تجاری ترکیه (اتاق بازرگانی مشترک، رایزنی بازرگانی ایران در ترکیه)





- ۹- تهیه گزارش میدانی و پیشنهادات برای زیرساخت گمرکی (پیشنهاد انتقال یا تقویت روند خروج کالا از گمرک زنجان برای جلوگیری از صدور از سایر استان‌ها)
- ۱۰- پوشش خبری و رسانه‌ای گسترده از طریق صدا و سیما، رسانه‌های استانی، خبرگزاری‌ها و شبکه‌های بین‌المللی
- ۱۱- هماهنگی مشترک با: اتاق بازرگانی زنجان، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان، گمرک زنجان، و رایزنی بازرگانی سفارت ایران در ترکیه برای دعوت هدفمند خریداران و واردکنندگان
- ۱۲- تهیه و انتشار "کتابچه توانمندی‌های صادراتی استان زنجان" شامل معرفی شرکت‌های برتر، محصولات شاخص، ظرفیت‌های صادراتی و اطلاعات تماس برای خریداران خارجی
- ۱۳- ایجاد بانک اطلاعات صادرکنندگان استان زنجان به مقصد ترکیه و تسهیل ارتباط میان آن‌ها و اتاق‌های بازرگانی دو کشور
- ۱۴- برگزاری تور بازدید صنعتی و سرمایه‌گذاری برای هیئت‌های اقتصادی ترکیه از کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی استان
- ۱۵- برگزاری پنل تخصصی «مقررات و تعرفه‌های تجاری با ترکیه» با حضور رایزن بازرگانی و کارشناسان گمرک و حمل‌ونقل زمینی (ترانزیت زمینی/ترکیه محور)
- ۱۶- توسعه ارتباط با رایزنی بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در ترکیه و نهادهای اقتصادی دو کشور برای استمرار همکاری‌ها پس از نمایشگاه
- ۱۷- برگزاری اختتامیه و امضای تفاهم‌نامه‌های همکاری تجاری و صنعتی میان شرکت‌ها و نهادهای حاضر در نتیجه، این نمایشگاه نه تنها به عنوان یک رویداد تجاری، بلکه به عنوان پلتفرمی برای توسعه تعاملات اقتصادی، ارتقای برند صنعتی زنجان و تثبیت جایگاه استان به عنوان قطب صادراتی شمال غرب کشور شناخته می‌شود. برگزاری آن گامی عملی در راستای تحقق اهداف توسعه پایدار اقتصادی، افزایش اشتغال و ارتقای تراز تجاری استان خواهد بود.





مزایای حضور در نمایشگاه:

- کاهش هزینه های بازاریابی و حضور در مقایسه با مشارکت در نمایشگاه های خارجی
- دسترسی به شبکه گسترده تجاری فعالان صادراتی ایران و تجار و بازرگانان ترکیه
- امکان مذاکره همزمان با چندین خریدار در زمینه فعالیت های مشترک و یا غیر مشترک
- آشنایی با رقبا و محصولات مشابه و بررسی امکان ایجاد فرصت های مشترک همکاری
- دریافت بازخورد مستقیم از بازار ترکیه و ایران
- استفاده از ظرفیت حضور دستگاه های دولتی و نهادهای تصمیم گیر در عرصه ملی و بین المللی کشور
- مشارکت در نمایشگاه به واسطه اعلام درخواست بازدیدکنندگان شناسایی شده و متناظر با فعالیت مشارکت کنندگان
- حضور در جلسات معارفه شبکه فعالان تجاری، پنل های راهکارهای تجاری، آموزش های تخصصی، شبکه بازرگانی و دیدار با فعالان و نهادهای رسمی خصوصی در کشور همزمان با نمایشگاه





مراحل برگزاری نمایشگاه تجارت و سرمایه گذاری ایران و ترکیه در زنجان:

۱- برنامه ریزی

تعیین هدف و موضوع اصلی نمایشگاه: توسعه صادرات، معرفی توانمندی های صنعتی استان، ایجاد همکاری های تجاری با ترکیه و آشنایی با بازارهای بین المللی

برآورد بودجه: شامل هزینه های مکان اجرا، تجهیزات، تبلیغات، نیروی انسانی، طراحی و چاپ اقلام تبلیغاتی، ترجمه، خدمات بین المللی و پذیرایی و مترجم

تعیین زمان مناسب: بررسی فصل تجاری ترکیه، تعطیلات و تقویم رویدادهای مشابه داخلی و بین المللی

انتخاب مکان: سالن های مناسب با ظرفیت کافی، دسترسی آسان، امکانات لجستیک و زیرساخت های گمرکی و ترابری

شناسایی و بررسی شرکت کنندگان: صادرکنندگان، تولیدکنندگان، فعالان اقتصادی ایرانی و ترکیه ای، هیئت های تجاری، شرکت های لجستیک و خدماتی

برنامه ریزی فعالیتهای جانبی: کارگاه های آموزشی صادرات، نشست های تجاری، جلسات حضوری، تورهای صنعتی، ترجمه همزمان، کنفرانس ها و سمینارها

هماهنگی با نهادهای دولتی و حمایتی: استانداری، اتاق بازرگانی، وزارت صمت و سازمان توسعه تجارت برای تسهیل امور قانونی و صادرات





۲- هماهنگی با تجار و هیئت های خارجی

شناسایی و دعوت از تجار و بازرگانان ترکیه ای مرتبط با صنایع هدف نمایشگاه
برنامه ریزی جلسات و ملاقات های تخصصی بین شرکت کنندگان ایرانی و هیئت های خارجی
ارائه خدمات ترجمه و بروشورهای دو زبانه (فارسی و ترکی)
هماهنگی با اتاق های بازرگانی ایران و ترکیه برای تسهیل ورود هیئت ها و ثبت نام رسمی
پشتیبانی لجستیکی شامل هتل، حمل و نقل و پذیرایی برای هیئت های خارجی

۳- بازاریابی و تبلیغات

تبلیغات در رسانه های ملی، استانی و رسانه های ترکیه ای برای جذب بازدیدکنندگان و هیئت ها
حضور فعال در شبکه های اجتماعی، انتشار محتوای تخصصی و دو زبانه
ارسال ایمیل و دعوت نامه رسمی به صادرکنندگان و شرکت های هدف
تبلیغات مستقیم شامل بروشورها، پوسترها و اطلاع رسانی در نمایشگاه ها و رویدادهای مشابه داخلی و خارجی
ارائه محتوای آموزشی و ارزشمند شامل مقالات، ویدیوها، تحلیل بازار ترکیه و فرصت های صادراتی
برنامه ریزی قرعه کشی ها، جوایز، سخنرانی ها و کارگاه های تخصصی برای ایجاد جذابیت بیشتر





۴- ثبت نام و اخذ مجوزها

ثبت نام شرکت کنندگان و غرفه داران با اطلاع رسانی کامل درباره مقررات نمایشگاه
بررسی و اخذ مجوزهای بهداشتی، ایمنی، مالی و صادراتی لازم
دریافت مدارک مورد نیاز از جمله: اساسنامه شرکت، کارت بازرگانی، مدارک هویتی، سوابق تجاری، در صورت
نیاز مجوز های قانونی و گواهی های استاندارد دارای اعتبار و اعلام درخواست شبکه فعالان تجاری ترکیه
هماهنگی با نهادهای دولتی و اتاق بازرگانی برای تسهیل ورود هیئت های خارجی و صادرات نمونه ها
ارائه راهنمایی برای رعایت قوانین و مقررات بین المللی مرتبط با صادرات به ترکیه

۵- آماده سازی مکان

طراحی و چیدمان غرفه ها برای دسترسی آسان، نمایش جذاب محصولات و امکان برگزاری جلسات
نصب و راه اندازی تجهیزات صوتی و تصویری با کیفیت و ترجمه همزمان برای بازدیدکنندگان خارجی
تأمین زیرساخت های فنی شامل برق، اینترنت پرسرعت، سیستم های امنیتی و آتش نشانی
دکوراسیون حرفه ای و ایجاد فضای بین المللی با بنرها، پوسترها و نمونه محصولات دو زبانه
ایجاد فضاهای استراحت و ملاقات برای هیئت های تجاری و ارائه خدمات پذیرایی استاندارد





۶- برگزاری نمایشگاه

چیدمان غرفه‌ها به شکل مشتری‌محور و جذاب با استفاده از رنگ‌ها و نورپردازی مناسب
ارائه محصولات و خدمات شامل دمو، نمونه و توضیحات دقیق با تأکید بر استانداردهای
صادراتی و قابلیت رقابت بین‌المللی
برگزاری کنفرانس‌ها، نشست‌ها و سخنرانی‌های تخصصی مرتبط با صادرات و تجارت با ترکیه
ایجاد فضای شبکه‌سازی و ارتباط مستقیم با مشتریان و هیئت‌های تجاری شامل جلسات مذاکره، پایگاه
جمع‌آوری اطلاعات و تورهای تخصصی
ارائه خدمات ترجمه، بروشورهای دو زبانه و مشاوره صادراتی در محل نمایشگاه
مدیریت زمان‌بندی برگزاری جلسات و هماهنگی دقیق با هیئت‌های خارجی برای بهره‌وری حداکثری

۷- پس از برگزاری نمایشگاه

انجام نظرسنجی و بررسی رضایت شرکت‌کنندگان و هیئت‌های خارجی
تحلیل بازخوردها و بررسی فرصت‌های بهبود برای دوره‌های بعدی نمایشگاه
مدیریت مالی دقیق شامل هزینه‌ها، تبلیغات و بازدهی اقتصادی نمایشگاه
مستندسازی نتایج و توافقات تجاری حاصل از نمایشگاه برای پیگیری پس از رویداد
برنامه‌ریزی برای توسعه روابط تجاری با ترکیه و تدوین استراتژی‌های صادراتی

با انجام این مراحل، می‌توان به طور جامع پس از برگزاری نمایشگاه، فعالیت‌های مرتبط را به خوبی مدیریت
کرد و به بهبود هر چه بیشتر عملکرد پرداخت.

