

Jak uspět na veletrhu & Etiketa v obchodním styku

- veletržní průmysl ve světě
- veletrh jako marketingový nástroj
- jak si získat zákazníka
- jak uspět na veletrhu – vše, co byste měli vědět před tím, než se stanete vystavovatelem a jak svoji účast nejlépe zužítkovat
- úspěšná veletržní prezentace
- jak rozhodně nezaujmete – co na veletrhu nedělat
- etiketa v obchodním styku



Veletřní průmysl ve světě

[UFI_Global_Statistics_2025 \(1\).pdf](#)

[Global-Exhibition-Industry-Statistics-January-2026-UPDATED \(1\).pdf](#)

Veletrh jako marketingový nástroj

- efektivní marketingový nástroj
- přímý kontakt se zákazníky i obchodními partnery
- navázání nových obchodních vztahů a posílení povědomí o značce
- okamžitá zpětná vazba
- budování důvěry a dlouhodobých vztahů
- sledování konkurence i aktuální trendy v oboru

Veletrh jako marketingový nástroj

- marketingový mix – online, TV, radio, tiskoviny, billboards, social media, živá prezentace, live events, a další
- veletrhy mohou být buď klíčovým nástrojem nebo jen doplňkem marketingového mixu
- u firem, které veletrhy aktivně využívají (např. B2B průmysl), může účast na veletrzích tvořit přibližně 10–40 % u jiných firem (např. čistě online business) je to naopak jen minimální část nebo vůbec žádná.

Veletřh v číslech

100 %

**návštěvníků
zaplatí,**
aby mohlo vidět
vaši nabídku.

83 %

**návštěvníků
veletřhu**
pracuje v oboru.

70 %

návštěvníků uvádí,
že návštěva veletřhu má
rozhodující vliv na jejich
následné nákupní chování.

56 %

**návštěvníků
rozhoduje**
o nákupu.

92 %

**vystavovatelů
navazuje**
na veletřhu obchodní
kontakty.

*Data z interního průzkumu BVV mezi
vystavovateli na B2B akcích*

Výběr vhodného veletrhu

Kritéria výběru veletrhu

Kvalitativní

- Reputace veletrhu a jeho historie
- Účast lídrů z oboru
- Oborové zaměření veletrhu (specializovaný vs. obecný)
- Doprovodný program

Finanční

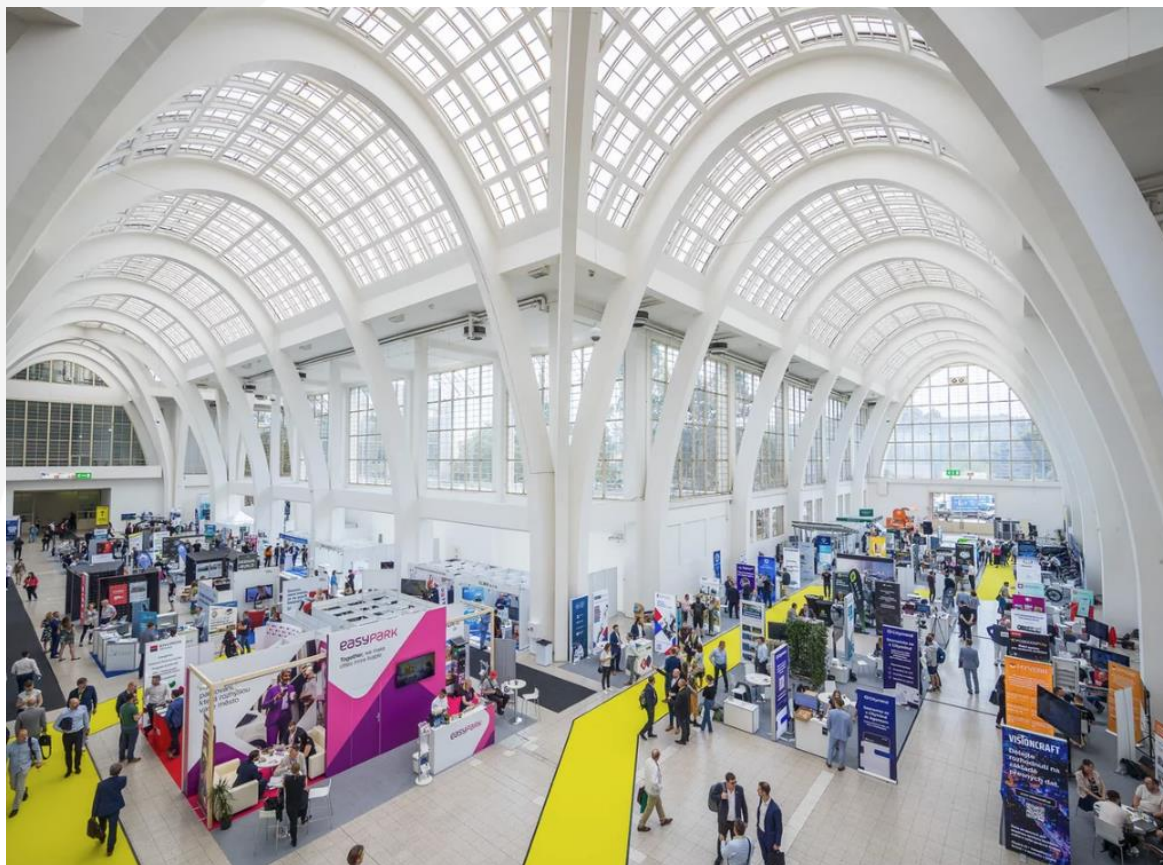
- Náklady na účast – plocha, výstavba stánku, logistika, personál
- Návratnost investice (ROI)
- Dodatečné náklady na marketing

Kvantitativní

- Počet vystavovatelů
- Počet a profil návštěvníků
- Podíl zahraničních účastníků

Jak získat zákazníka

- atraktivní a dobře viditelný stánek



Jak získat zákazníka

- aktivní komunikace



Jak získat zákazníka

- osobní přístup, přátelská atmosféra, budování důvěry zákazníka
- vizualizace produktu, model
- speciální veletržní nabídka

Jak uspět na veletrhu

Organizace činností na stánku

- účast na veletrhu je třeba důkladně a včas naplánovat
- stanovení cílů
- příprava týmu – rozdělení rolí, proškolení personálu
- prezentační materiály
- aktivní komunikace s návštěvníky je klíčová
- vyhodnocení a následná komunikace s kontakty po veletrhu

Klíčovou roli hraje správný výběr personálu

- profesionální vystupování
- komunikační dovednosti
- znalost produktů, služeb a firmy
- naslouchání potřebám zákazníků
- rychlost a efektivita – minimalizace čekací doby



Jak uspět na veletrhu

Organizace činností na stánku

- [staff at an exhibition booth](#)

Jak uspět na veletrhu

Organizace činností na stánku

- [Eventbook Exhibitors – Aplikace na Google Play](#)
- Aplikace pro přepis a shrnutí schůzek
- [Plaud.ai](#)
- [Skener vizitek](#)
- [Skener Vizitek a čtečka – Aplikace na Google Play](#)
- Formulář pro zápis schůzek

Jak neuspět na veletrhu

Jak rozhodně nezaujmete – co na veletrhu nedělat

Co nedělat na stánku?

Etiketa v obchodním styku

- **Pravidla business etikety běžná v západním světě**
 - dochvilnost
 - pozdrav, podání ruky
 - způsob komunikace
 - respekt k osobnímu prostoru
 - vizitky, titulování
 - oblečení
- **Rozdíly etikety v kulturně odlišných zemích** (střední východ, Asie, Indie, Čína, Japonsko)

Etiketa v obchodním styku

Dochvilnost

- přijít včas znamená respekt k ostatním, zpoždění je vnímáno negativně, a pokud nastane, je vhodné se předem omluvit
- cum tempore vs. pünktlich

Pozdrav a podání ruky

- při setkání je běžné pevné, ale ne příliš silné podání ruky, oční kontakt a krátké představení, důležitý je úsměv a přátelský přístup

Etiketa v obchodním styku

Podání ruky

- v Japonsku není tradice potřesení rukou a preferuje se formální poklona jeden druhému (s rukama otevřenýma podél těla). Japonci mohou pozdravit cizince podáním ruky; cizincům se doporučuje, aby nechali Japonce iniciovat jakékoli podání ruky a preferuje se slabé podání ruky.
- v Thajsku se potřásání rukou provádí pouze v případě, že není nabízeno tradiční wai, dlaně k sobě na úroveň hrudníku a ukloní se, Sawadee-krap“ „Sawadee-kah“ (oba znamenají „ahoj“).
- v Indii a několika blízkých zemích se místo podání ruky tradičně používá uctivé gesto Namaste, někdy kombinované s mírnou úklonou..

Etiketa v obchodním styku

Podání ruky

- v anglofonních zemích je potřesení rukou v obchodních situacích běžné. V neformálních nepodnikatelských situacích si ruku podají spíše muži než ženy
- v některých zemích, jako je Turecko nebo arabsky mluvící Blízký východ, nejsou stisky rukou tak pevné jako na Západě. V důsledku toho je příliš pevné sevření neslušné
- v Číně je věk v etiketě podávání rukou považován za důležitý a starší lidé by měli být vítáni podáním ruky před ostatními

Etiketa v obchodním styku

Komunikace

- Komunikace bývá přímá, ale zdvořilá. Očekává se jasné vyjadřování, respekt k názorům druhých a schopnost naslouchat.

Respekt k osobnímu prostoru

- V západní kultuře je důležitý osobní prostor. Přílišná blízkost nebo doteky mohou být nepříjemné.

Vizitky a titulování

- Vizitky se předávají běžně, ale neformálně. Oslovování bývá zpočátku formální (např. Mr./Ms.), později může přejít do méně formální roviny.

Etiketa v obchodním styku

- oblečení by mělo odpovídat situaci a firemní kultuře, vždy klademe důraz na upravenost, čistotu a konzervativnější styl při formálních setkáních.
- [Dress code - základní druhy](#)

Invitations



The Lord Chamberlain
is commanded by Her Majesty to invite

.....
Mr. Radoslav Klepáč

.....
and Mrs. Klepáčová

to an Evening Reception at Windsor Castle
on Thursday, 2nd November 2000
at 9.30 p.m.

National Dress or Evening Dress, Decorations
Uniform for Service Attachés



The Lord Chamberlain is
commanded by Her Majesty to invite

.....
Mr. Radoslav Klepac

.....
and Mrs. Izabela Klepacova

to a Garden Party
at Buckingham Palace
on Thursday, 20th July 2000 from 4 to 6 pm

This card does not admit

Mr Radoslav Klepáč

EVENING RECEPTION

GARTER THRONE ROOM AND ANTE THRONE ROOM

Guests are asked to arrive not later than 9.15 p.m. and to retain this card, showing it when requested, in order to assist direction to the Garter Throne Room and Ante Throne Room.

After The Queen and the Members of The Royal Family have left the Garter Throne Room and Ante Throne Room please go to the Buffet in St. George's Hall.

The approximate assembly position is shown on the room plan on the reverse side of this card.

Czech

Mrs Klepáčová

EVENING RECEPTION

GARTER THRONE ROOM AND ANTE THRONE ROOM

Guests are asked to arrive not later than 9.15 p.m. and to retain this card, showing it when requested, in order to assist direction to the Garter Throne Room and Ante Throne Room.

After The Queen and the Members of The Royal Family have left the Garter Throne Room and Ante Throne Room please go to the Buffet in St. George's Hall.

The approximate assembly position is shown on the room plan on the reverse side of this card.

Czech

Diplomatic Corps Reception

The Royal Collection Trust



President meeting the Queen

<https://www.youtube.com/watch?v=fPrdBePFdhM>



BVV



Veletřhy
Brno

Etiketa v obchodním styku

Pravidla pro úspěšné obchodní jednání

[05 Etiquette Rules For Business Meetings for Every Professional - Business English Lesson](#)

Etiketa v obchodním styku

- Online Meetings



BERLIN

LONDON

PARIS

ROME

JERUSALEM

CAIRO

NAIROBI

JOHANNESBURG



Děkuji za pozornost.