100 PROJEKTÓW

STOISK TARGOWYCH

CLEVER FRAME®

100 designs for modern exhibitors

CLEVER FRAME® MODULAR SALES SUPPORT ARCHITEC-TURE

CLEVER FRAME®

Każde targi to nowy rozdział historii Twojej firmy – napisz go z Clever Frame!

100 PROJEKTÓW STOISK TARGOWYCH to publikacja będąca wynikiem naszej pasji do projektowania stoisk targowych. Znajdziesz w niej starannie wyselekcjonowane projekty, które łączą funkcjonalność z estetyką, zapewniając wyjątkową prezentację Twojej marki. Od eleganckich, minimalistycznych rozwiązań po złożone, spektakularne aranżacje – w przygotowanym przez nas zestawieniu znajdziesz różnorodne koncepty wystawiennicze, które pomogą Ci zrealizować nawet najbardziej ambitne wizje.

Będąc producentem systemów wystawienniczych, dobrze rozumiemy, jak ważne jest dopasowanie aranżacji eventowych do specyficznych potrzeb i celów marketingowych, dlatego musisz wiedzieć, że wszystkie nasze projekty łączy wspólny mianownik – jest nim modułowa konstrukcja. Dzięki niej możesz dowolnie modyfikować i personalizować każde stoisko, dostosowując je do specyfiki wydarzenia, dostępnej przestrzeni, rodzaju prezentowanych produktów czy charakteru Twojej marki.

Budowanie stoisk to dla nas coś znacznie więcej niż tylko tworzenie atrakcyjnych wizualnie konstrukcji – to proces kreowania silnego i profesjonalnego wizerunku Twojej marki, dlatego zapraszamy Cię do zapoznania się z naszymi aranżacjami wystawienniczymi oraz skorzystania z naszego know-how. Niezależnie od tego, czy potrzebujesz stoiska na małe wydarzenie, czy na międzynarodowe targi, wśród naszych projektów znajdziesz dziesiątki pomysłów na to, jak zapewnić swojej marce profesjonalną obecność na każdym wydarzeniu.

Zespół Clever Frame

Opowiedz nam o swoich planach i potrzebach, a my
przygotujemy dla Ciebie bezpłatny projekt stoiska na targi

formularz kontaktowy

Dowiedz się więcej o możliwościach modułowych systemów wystawienniczych Clever Frame

www.cleverframe.pl

Clever Frame® – stoiska targowe 3.0

Modułowe systemy wystawiennicze, po które sięgają marki na całym świecie

Wszystkie prawa do znaków towarowych są własnością ich odpowiednich właścicieli.

100 PROJEKTÓW

STOISK TARGOWYCH

CLEVER FRAME®

01. Poznaj system Clever Frame 6

Dowiedz się, co wyróżnia modułowe stoiska targowe Clever Frame i zobacz, w jaki sposób mogą zrewolucjonizować Twoje aktywności wystawiennicze na targach, eventach i konferencjach.

02. Trendy w projektowaniu stoisk targowych 18

Zastanawiasz się, jak stworzyć stoisko, które zapadnie w pamięć? Odkryj najnowsze trendy aranżacyjne i dowiedz się, jak połączyć nowoczesne materiały z funkcjonalnym designem.

03. 100 inspiracji wystawienniczych 30

Szukasz pomysłów na stoisko? Skorzystaj z gotowych projektów, które łączą nowoczesne technologie z kreatywnym wzornictwem i zamień każde wydarzenie w sukces marketingowy!

CLEVER FRAME
CLEVER FRAME

01

Poznaj system Clever Frame

Wystawiennictwo przyszłości: łączenie designu z ekologią

Założyciel i CEO Clever Frame
Filip Grudziński

W niezwykle dynamicznym świecie targów i eventów branżowych, gdzie konkurencja jest zacięta, a potrzeba wyróżnienia się na rynku kluczowa, modułowe stoiska targowe zyskują na popularności jako jedne z najchętniej wybieranych rozwiązań wystawienniczych. Z czego wynika ich fenomen i dlaczego tak wiele firm decyduje się na tego typu systemy? O zaletach rozwiązań modułowych rozmawiamy z Filipem Grudzińskim – twórcą marki Clever Frame.

Dlaczego modułowe stoiska targowe Clever Frame są tak popularne wśród wystawców?

Przede wszystkim dlatego, że oferują niezrównaną elastyczność. Dzięki modułowej konstrukcji elementy stoiska można dowolnie konfigurować i dostosowywać do różnorodnych przestrzeni wystawienniczych. Niezależnie od tego, czy mamy do dyspozycji małą czy dużą powierzchnię, modułowe systemy pozwalają na łatwe i szybkie zmiany w układzie stoiska, co umożliwia jego idealne dopasowanie do każdej sytuacji. Taka elastyczność jest szczególnie cenna dla firm, które często uczestniczą w różnych imprezach wystawienniczych i muszą adaptować swoje stoiska do wciąż zmieniających się warunków. Co więcej, poza sezonem targowym wiele osób wykorzystuje swoje stoiska także do innych aktywności. Na przykład aranżując nimi showroomy, salony sprzedaży czy przestrzenie biurowe. Możliwości są niemal nieograniczone.

Co z personalizacją? Czy praca na gotowych modułach nie jest ograniczeniem w tej kwestii?

Absolutnie nie. Systemy wystawiennicze Clever Frame zapewniają pełną personalizację. Każdy metr kwadratowy stoiska może zostać doposażony o szereg elementów, które są ściśle dopasowane do unikatowych wymagań i wizji klienta. Zabudowa może zostać uzupełniona o wszystkie charakterystyczne dla marki elementy, takie jak logo, wzory czy kolory firmowe. Do tego mamy oczywiście dziesiątki materiałów wykończeniowych i akcesoriów do wyboru. Dzięki tym możliwościom każde stoisko Clever Frame staje się niepowtarzalne i doskonale odzwierciedla tożsamość marki, jednocześnie gwarantując funkcjonalność i estetykę na najwyższym poziomie.

“

Dzięki modułowej konstrukcji elementy stoiska można dowolnie konfigurować i dostosowywać do różnorodnych przestrzeni wystawienniczych.

Porozmawiajmy o kosztach. Dlaczego inwestycja w modułowe stoisko jest bardziej opłacalna niż zakup tradycyjnej zabudowy?

Ponieważ przynosi długoterminowe oszczędności. Dzięki możliwości wielokrotnego użytku tych samych elementów, firmy mogą znacznie obniżyć koszty związane z tworzeniem nowych stoisk na różne wydarzenia. Dodatkowo łatwość montażu i demontażu modułowych stoisk skraca czas potrzebny na przygotowanie ekspozycji, co pozwala na efektywniejsze zarządzanie zasobami i redukcję kosztów operacyjnych. Co więcej, wykorzystanie trwałych, wielorazowych elementów przyczynia się do redukcji odpadów i promowania odpowiedzialnych praktyk biznesowych. Współpracujące z nami firmy zyskują kolejny atut w oczach konsumentów, którzy coraz częściej wybierają marki kierujące się zasadami zrównoważonego rozwoju.

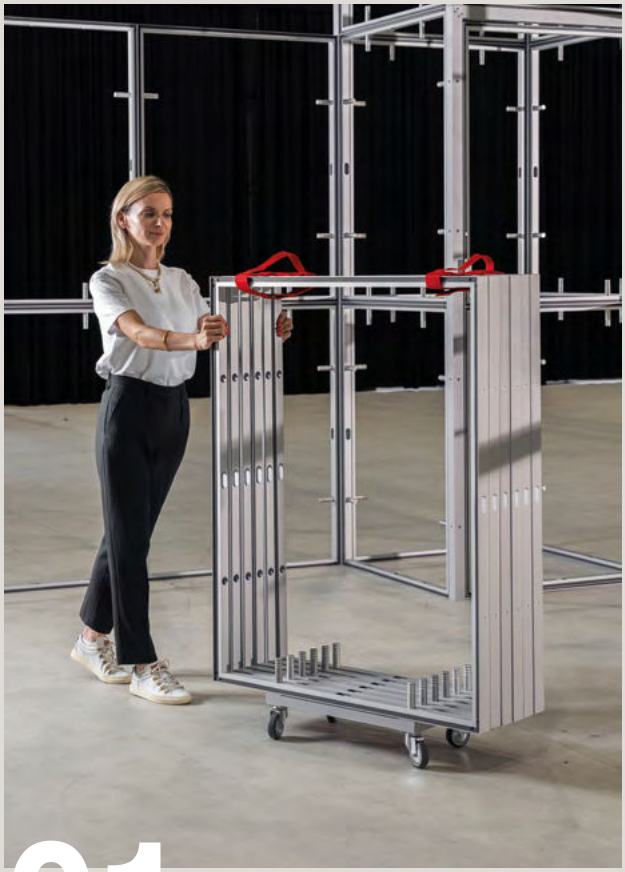
Projektowanie z myślą o przyszłości oznacza tworzenie nie tylko estetycznie atrakcyjnych, ale i ekologicznie odpowiedzialnych rozwiązań, które służą zarówno ludziom, jak i planecie.

Możliwość wielokrotnego użytku, redukcja odpadów, promowanie idei *less waste* – możemy więc powiedzieć, że Clever Frame projektuje z myślą o przyszłości?

Zdecydowanie tak. Projektowanie z myślą o przyszłości oznacza dla naszego zespołu tworzenie nie tylko estetycznie atrakcyjnych, ale i ekologicznie odpowiedzialnych rozwiązań, które służą zarówno ludziom, jak i planecie. Popularyzując taki rodzaj projektowania, możemy tworzyć innowacyjne i wartościowe produkty, które wyznaczają nowe standardy w branży oraz budują sukces naszych kontrahentów – zarówno ten marketingowy, jak i wizerunkowy.

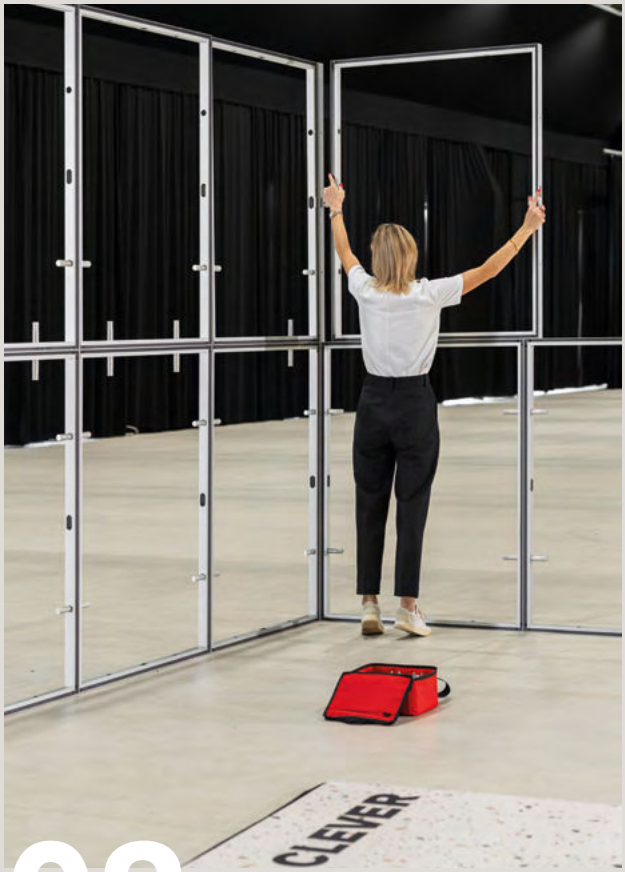
Stoiska modułowe – sposób na sprytny marketing

Modułowe systemy wystawiennicze Clever Frame to duża różnorodność w zakresie designu, dostępnych funkcji oraz opcji konfiguracyjnych. Składają się z pojedynczych modułów, które da się łączyć zarówno w stoiska targowe, jak i kompaktowe ścianki reklamowe. Systemy te pozwalają na dowolną aranżację przestrzeni oraz jej oprawy wizualnej, co daje nieograniczone możliwości budowania wizerunku marki.



01

Konstrukcja stoiska składa się z ram. Im więcej ich posiadasz, tym większą zabudowę możesz stworzyć.



02

Aluminiowe ramy są naprawdę lekkie – ich niska waga ułatwia logistykę oraz zwiększa komfort pracy.

Zobacz animację

Czy wiesz, że stoiska targowe Clever Frame oferują nieskończone możliwości przebudowy? Dzięki ich elastycznej, modułowej konstrukcji wszystkie elementy można szybko i łatwo przestawiać, wymieniać lub łączyć w nowe konfiguracje. Im więcej ram posiadasz, tym więcej układów stworzysz.

Zobacz animację i przekonaj się, że to proste jak budowanie z klocków!

03

Montaż stoiska jest niezwykle intuicyjny – nie potrzeba do niego narzędzi ani wiedzy technicznej.

04

Oprawę graficzną stoiska tworzą magnetyczne panele – ich montaż zajmuje zaledwie kilka sekund.

Od projektu do realizacji – zobacz, jak pracujemy

Realizacja projektu wystawienniczego to skomplikowany proces, który wymaga precyzyjnego planowania i koordynacji. W przygotowanym przez nas *case study* przedstawimy, jak pracujemy nad każdym etapem zlecenia, aby zapewnić jego sukces i efektywnie wspierać cele biznesowe naszych klientów.

O projekcie

Klient: Wałbrzyska Specjalna Strefa Ekonomiczna „INVEST-PARK"

Wydarzenie: Konferencja networkingowa Business Mixer

Zakres współpracy: projekt i realizacja strefy dla mediów

Realizacja: Clever Frame

Na przestrzeni lat nasz zespół zrealizował tysiące projektów wystawienniczych. W swoim portfolio mamy zarówno stoiska targowe i zabudowy eventowe, jak i aranżacje wystaw czy przestrzeni komercyjnych. Różnorodność powierzonych nam projektów jest olbrzymia, czego przykład stanowi między innymi realizacja press roomu, którą przygotowaliśmy na zlecenie Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej „INVEST-PARK".

Tło współpracy

W celu zwiększenia swojej widoczności oraz efektywnej komunikacji z mediami WSSE „INVEST-PARK" zleciła nam zaprojektowanie i realizację stoiska wystawienniczego pełniącego funkcję press roomu. Kluczowym celem było stworzenie przestrzeni, która nie tylko ułatwiłaby pracę dziennikarzom, ale również wzmocniła wizerunek WSSE jako innowacyjnego lidera w regionie.

Cel projektu

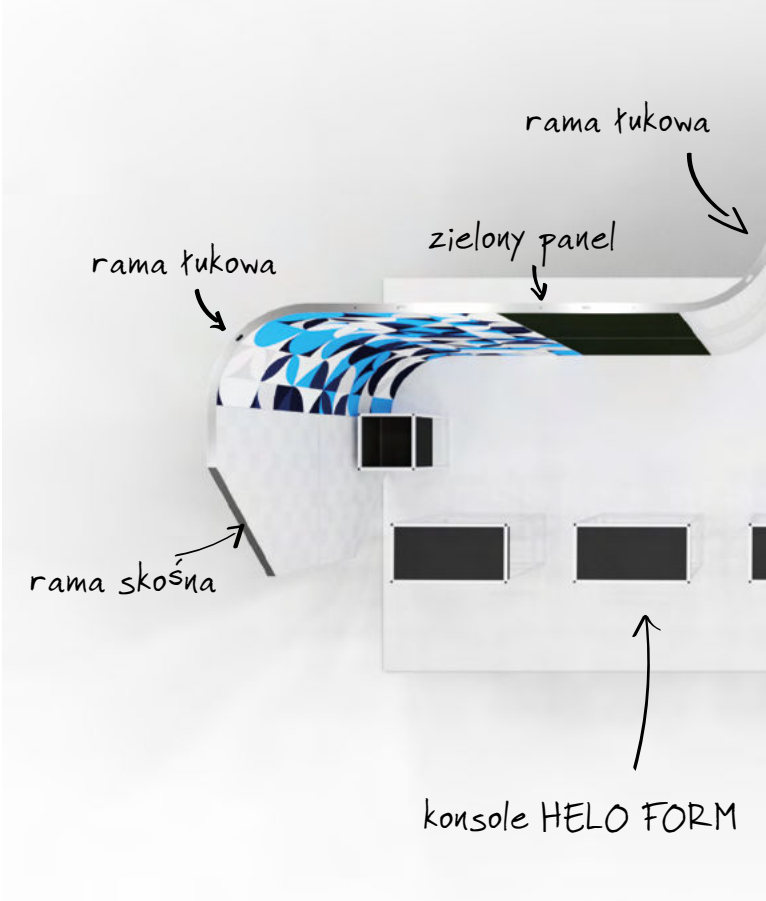
1. **Funkcjonalność:** zapewnienie dziennikarzom wygodnej przestrzeni do pracy, z efektownym tłem do przeprowadzania foto- i wideorelacji. Dzięki temu strefa press roomu nie tylko ułatwi pracę mediom, ale także wypromuje markę poprzez profesjonalne i atrakcyjne materiały wizualne.

2. **Wizerunek:** wzmacnianie marki WSSE „INVEST-PARK" poprzez profesjonalne, brandowane stoisko, które przyciągnie uwagę uczestników wydarzenia. Dzięki temu stoisko nie tylko zwiększy rozpoznawalność marki, ale również podkreśli jej zaangażowanie w tworzenie nowoczesnych, przyjaznych dla inwestorów przestrzeni.

3. **Komunikacja:** umożliwienie efektywnego kontaktu z mediami oraz prezentacji kluczowych informacji na temat WSSE „INVEST-PARK".

Etap I: stworzenie briefu projektowego

Przystępując do pracy nad projektem, przeprowadziliśmy szczegółową analizę wymagań organizatora, identyfikując kluczowe potrzeby dziennikarzy, cele komunikacyjne WSSE „INVEST-PARK" oraz możliwości przestrzenne, jakie oferowało miejsce wydarzenia. Na podstawie zebranych danych nasz zespół określił główne elementy, które powinny się znaleźć w strefie dla mediów, takie jak niezależne stanowiska do przeprowadzania wywiadów, miejsca prezentacji materiałów promocyjnych czy elementy wizerunkowe.

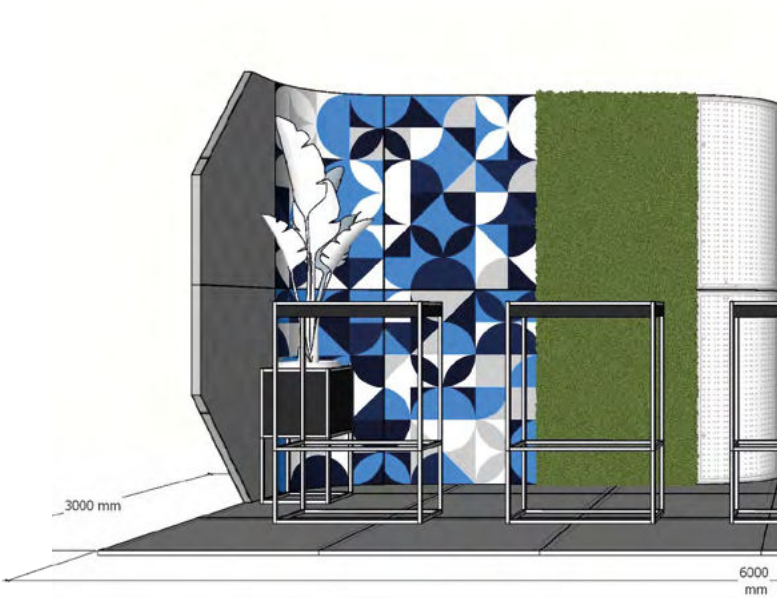


Wizualizacja 3D, studio projektowe Clever Frame

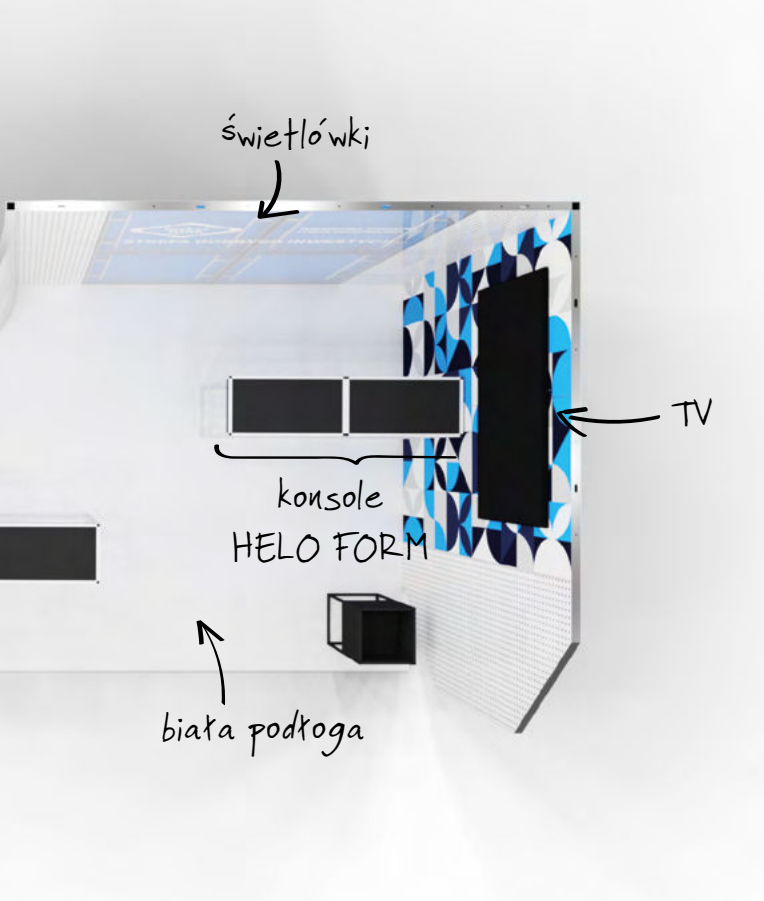
Etap II: projekt i wizualizacja

Posiadając kompletny brief projektowy, opracowaliśmy wstępną koncepcję zabudowy. Na tym etapie kluczowym narzędziem pracy były dla nas fotorealistyczne wizualizacje, które pozwoliły na szczegółowe zobrazowanie układu przestrzennego, ergonomii i estetyki press roomu. Dzięki precyzyjnemu zilustrowaniu projektu organizator wydarzenia mógł zobaczyć, jak nasza realizacja będzie wyglądać w rzeczywistości, a co za tym idzie – zyskać pewność co do odpowiedniego doboru kolorów, materiałów, mebli czy akcesoriów.

Główną kolorystyką naszego projektu, zgodnie z identyfikacją wizualną WSSE „INVEST-PARK", były odcienie niebieskiego, które dla kontrastu przełamaliśmy białą podłogą z połyskiem oraz panelami strukturalnymi



Projekt zabudowy, studio projektowe Clever Frame



imitującymi bukszpan. Uzupełniająco zastosowaliśmy wypełnienia transparentne z miejscowo szronionym patternem oraz panele ze wzorem pojawiającym się w oprawie graficznej wydarzenia. Całości dopełniły minimalistyczne meble z linii HELO FORM, ekran LCD do wyświetlania materiałów promocyjnych i edukacyjnych, świetlówki oraz rośliny, które wzbogaciły aranżację.

Po zaakceptowaniu projektu przygotowaliśmy uzupełniającą dokumentację, która obejmowała następujące elementy:

- **rzuty techniczne:** dokładne wymiary i układ strefy, uwzględniające potrzeby funkcjonalne oraz przestrzenne,
- **specyfikacja materiałów:** informacje dotyczące użytych materiałów konstrukcyjnych i wykończeniowych, zapewniające estetykę i trwałość stoiska,
- **plany instalacyjne:** wytyczne dotyczące podłączenia sprzętu elektronicznego oraz oświetlenia.

W procesie projektowym kluczowe jest zrozumienie wizji i potrzeb klienta oraz precyzyjne przełożenie ich na funkcjonalne i estetyczne rozwiązania. To wnikliwe podejście pozwala nie tylko na spełnienie oczekiwań, ale także na przekroczenie ich.

Chief Designer
Maciej Czarnecki

Wizualizacja 3D, studio projektowe Clever Frame

Etap III: produkcja, logistyka i montaż

Nasz zespół zajął się kompleksową realizacją zlecenia. Oprócz precyzyjnej produkcji, która była kluczowa dla stworzenia funkcjonalnej i estetycznej zabudowy, zapewniliśmy również pełną obsługę logistyczną. Nasze zadania obejmowały koordynację transportu oraz sprawne dostarczenie wszystkich elementów na miejsce wydarzenia. Dodatkowo nasz zespół zajął się montażem zabudowy, dbając o każdy detal i zgodność z projektem. Po zakończeniu wydarzenia przeprowadziliśmy również demontaż, gwarantując sprawne i bezpieczne złożenie wszystkich elementów. Dzięki temu organizatorzy wydarzenia mogli się skoncentrować na swoich obowiązkach, mając pewność, że wszystkie aspekty związane z ich press roomem są profesjonalnie zarządzane. ■

Realizacja Clever Frame

Realizacja Clever Frame

02

Trendy w projektowaniu stoisk targowych

Harmonia natury i technologii

Wystawiennictwo to dziedzina, która stale ewoluuje, odpowiadając tym samym na wciąż zmieniające się potrzeby, technologie i trendy architektoniczne. To fascynujący świat, w którym dawne wzorce i idee wracają w odświeżonej formie, łącząc się z nowymi konceptami i redefiniując współczesne podejście do designu. Aktualne trendy nie zrywają więc z tym, co było modne w poprzednich sezonach. Nie są rewolucją – są rozszerzeniem istniejących już kierunków aranżacyjnych, dzięki czemu łączą tradycję z nowoczesnością i oferują odwiedzającym coś więcej niż tylko przestrzeń wystawienniczą.

Warto pamiętać, że projektowanie stoiska targowego to nie tylko kwestia estetyki – to tworzenie strategicznego narzędzia marketingowego, które ma na celu przyciągnąć uwagę, wywołać emocje i tworzyć doświadczenia. Dobre projektowanie wykorzystuje więc przestrzeń, kolor, światło i technologię, aby opowiedzieć historię marki i zaangażować odwiedzających na wielu poziomach.

Projekt nr CF638, 8 m²

Łuki triumfalne

Graphic Designer
Karolina Leszczuk

Łuki to gorący trend w projektowaniu stref wystawienniczych. Miękkie, obłe kształty sprawiają, że aranżacja stoiska targowego staje się bardziej plastyczna i lżejsza wizualnie. Tego typu konstrukcje świetnie się sprawdzają zarówno samodzielnie, jak i jako element większej aranżacji, w której przeplatają się z mocniejszymi bryłami i tonują kubiczne formy. Nowoczesne aranżacje lubią prostotę i kąty proste, tymczasem łuki udowadniają, że na nowoczesność można spojrzeć zupełnie inaczej – bardziej przyjaźnie i nieszablonowo. Wprowadzenie konstrukcji łukowych do stoisk targowych nie ogranicza się jedynie do walorów wizualnych. Ma ono również znaczenie praktyczne – ułatwia organizację przestrzeni oraz wydzielenie stref funkcjonalnych.

Projekt nr CF224, 36 m²

POINT

Projekt nr CF216, 49 m²

Drewno? Naturalnie!

Chief Designer
Maciej Czarnecki

Niewiele jest materiałów, które mogą się pochwalić tak uniwersalną urodą jak drewno. Jeśli do tej pory myśleliście, że drewno jest zarezerwowane wyłącznie dla aranżacji w stylu skandynawskim, to pora na zaktualizowanie przekonań. Panele drewniane prezentują się równie dobrze na stoiskach targowych w stylu klasycznym, jak i nowoczesnym czy industrialnym. Świetnie komponują się z betonem, aluminium czy szkłem, przełamując ich surowość oraz nadając stoisku przytulności. Współczesny design to poszukiwanie harmonii, a drewno jest jednym z materiałów, który zdecydowanie pozwala ją osiągnąć. Doskonale wpisuje się w rozmaite konwencje wystawiennicze, a zwłaszcza w te, które celują w autentyczność i ponadczasowość.

Key Account Manager
Mateusz Perdek

Miejska dżungla

Beton bywa postrzegany jako zimny, brutalny i mało atrakcyjny materiał konstrukcyjny, który koniecznie należy ukryć pod przyjemniejszą dla oka powłoką. Jeszcze do niedawna był kojarzony wyłącznie z placem budowy, dziś jest jednym z najmodniejszych materiałów wykorzystywanych w designie. Surowy, wręcz ascetyczny charakter betonu można przełamać na wiele sposobów – na przykład łącząc go z drewnem, dodatkami z weluru, akcentami w kolorze złota lub mosiądzu czy ścianami roślinnymi. Zielone panele strukturalne, na przykład te imitujące bukszpan, zapewniają fantastyczny efekt wizualny, a przy tym optycznie powiększają przestrzeń. Z tego względu sprawdzają się równie dobrze na dużych metrażach wystawienniczych, jak i w aranżacjach małych stoisk targowych.

Projekt nr CF639, 48 m²

Projekt nr CF640, 50 m²

green up

Projekt nr CF641, 90 m²

Na fali koloru

Director of Sales Support
Damian Madej

Wykorzystywanie elementów transparentnych jest sprawdzonym sposobem na tworzenie nowoczesnych aranżacji wystawienniczych. W zależności od efektu, jaki chcemy uzyskać, zastosujemy je w jednym kolorze lub też połączymy w wielobarwne kombinacje. Dla tych, którzy lubią stonowane aranżacje, świetnym rozwiązaniem są bezbarwne, przeźroczyste panele z nadrukiem. Można umieścić na nich logo firmy, claim czy dowolny pattern. Ciekawym rozwiązaniem jest także tworzenie efektów trójwymiarowych. Układając ściany w kształt fali, dodamy stoisku głębi oraz interesującego wymiaru przestrzennego. Sposobów na to, by uzyskać doskonały efekt wizualny, jest nieskończenie wiele, a możliwości stylizacyjne ogranicza wyłącznie nasza wyobraźnia.

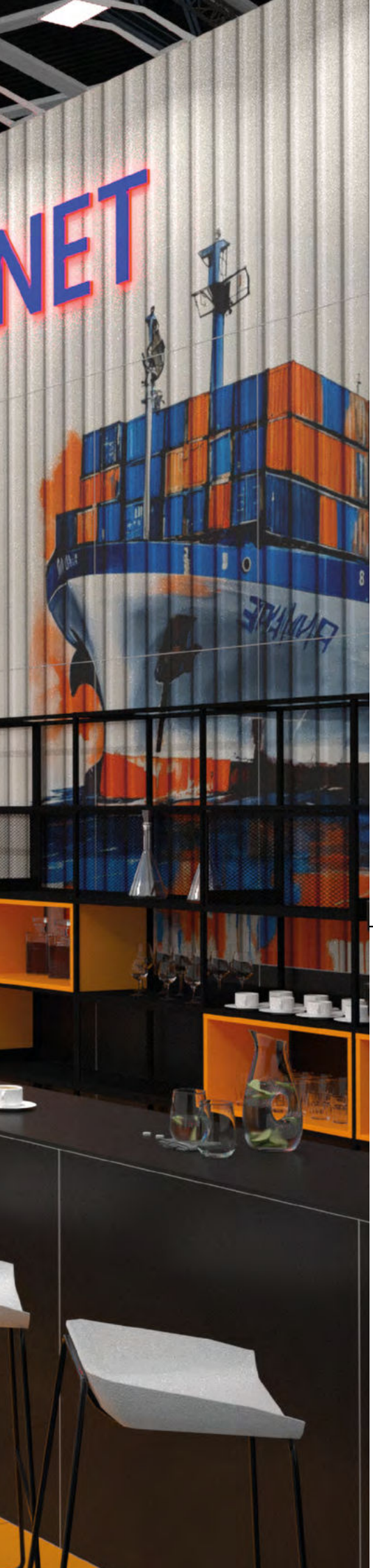
Key Account Manager
Aleksandra Kowalczyk

Cyfrowe treści

Wykorzystanie ekranów reklamowych na stoiskach targowych stało się nieodłącznym elementem współczesnych strategii marketingowych. W erze cyfrowej, gdzie wizualny przekaz informacji zyskuje na znaczeniu, ekrany te pełnią kluczową rolę w przyciąganiu uwagi odwiedzających, prezentowaniu produktów i usług, a także w budowaniu świadomości marki. Mogą one służyć nie tylko jako medium reklamowe, ale również jako narzędzie edukacyjne, przedstawiające skomplikowane procesy, technologie lub historie produktów w przystępny i angażujący sposób. Co ważne, cyfrowe treści mogą być łatwo aktualizowane i dostosowywane do różnych grup docelowych, co pozwala wystawcom na personalizację komunikacji i zwiększenie jej skuteczności.

Projekt nr CF642, 18 m²

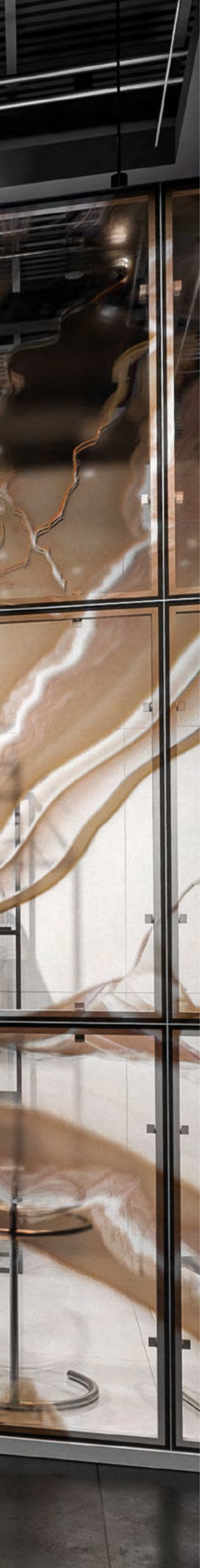
ship with us
CARGO_



03

100 inspiracji wystawienniczych

Less is more



Ukształtuj swoje stoisko

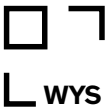
Jednym z pierwszych i kluczowych kroków w planowaniu stoiska targowego jest wybór odpowiedniego kształtu zabudowy. To decyzja, która znacząco wpływa na funkcjonalność, estetykę i efektywność Twojej prezentacji podczas targów.

Wybór kształtu zabudowy zależy od kilku istotnych czynników, takich jak cel uczestnictwa w targach, charakterystyka przestrzeni wystawowej oraz Twoje priorytety w zakresie interakcji z odwiedzającymi. Odpowiedni kształt stoiska może poprawić widoczność Twojej marki, optymalizować przestrzeń oraz sprzyjać lepszemu zarządzaniu ruchem odwiedzających.

STOISKO NAROŻNE: tak zwany format L. Posiada dwa otwarte boki, co zapewnia łatwiejszy dostęp dla odwiedzających.

STOISKO SZEREGOWE: tak zwany format U. Zabudowa wystawiennicza z trzema ścianami, z otwartą stroną frontową.

STOISKO PÓŁWYSPOWE: zabudowa z trzema otwartymi stronami, przylegająca jednym bokiem do innego stoiska lub ściany.



STOISKO WYSPOWE: zabudowa z każdej strony otoczona ciągiem komunikacyjnym – otwarta, częściowo otwarta lub zamknięta.

NAR

10 m² ▶

Projekt nr CF562

NAR

24 m² ▶

Projekt nr CF537

PÓŁ

◄ 24 m²

Projekt nr CF643

NAR

◄ 24 m²

Projekt nr CF644

WYS

◄ 64 m²

Projekt nr CF333

PÓŁ

6 m² ▶

Projekt nr CF093

WYS

56 m² ▶

Projekt nr CF515

PÓŁ

25 m²

Projekt nr CF645

NAR

20 m²

Projekt nr CF646

Projekt nr CF649

78 m² ▲

PÓŁ

36 m² ▶

Projekt nr CF076

NAR

30 m² ▶

Projekt nr CF449

WYS

40 m² ▶

Projekt nr CF396

WYS

◄ 100 m²

Projekt nr CF647

PÓŁ

◄ 72 m²

Projekt nr CF648

NAR

◄ 20 m²

Projekt nr CF672

SZER

30 m² ▶

Projekt nr CF083

PÓŁ

30 m² ▶

Projekt nr CF481

NAR

49 m²

Projekt nr CF468

WYS

30 m²

Projekt nr CF480

NAR

60 m² ▶

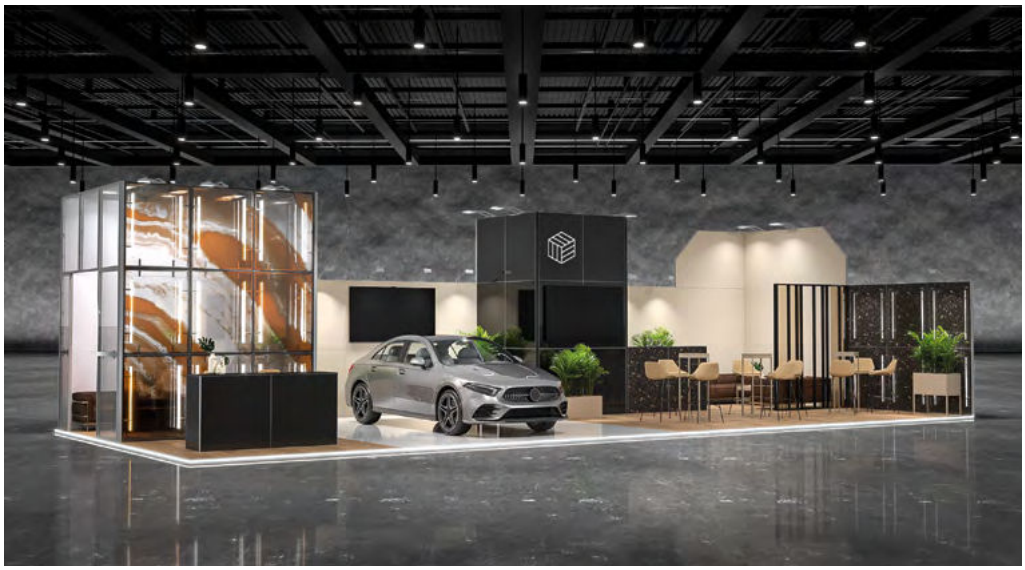
Projekt nr CF650

NAR

65 m² ▶

Projekt nr CF651

NAR



78 m² ▶

Projekt nr CF652

WYS

◄ 77 m²

Projekt nr CF653

NAR

◄ 24 m²

Projekt nr CF053

PÓŁ

◄ 60 m²

Projekt nr CF654

Projekt nr CF550

Zobacz więcej stoisk targowych

120 m² ▲

WYS

64 m² ▶

Projekt nr CF474

SZER

48 m² ▶

Projekt nr CF180

NAR

◄ 120 m²

Projekt nr CF491

NAR

◄ 100 m²

Projekt nr CF261

NAR

8 m² ▶

Projekt nr CF258

PÓŁ

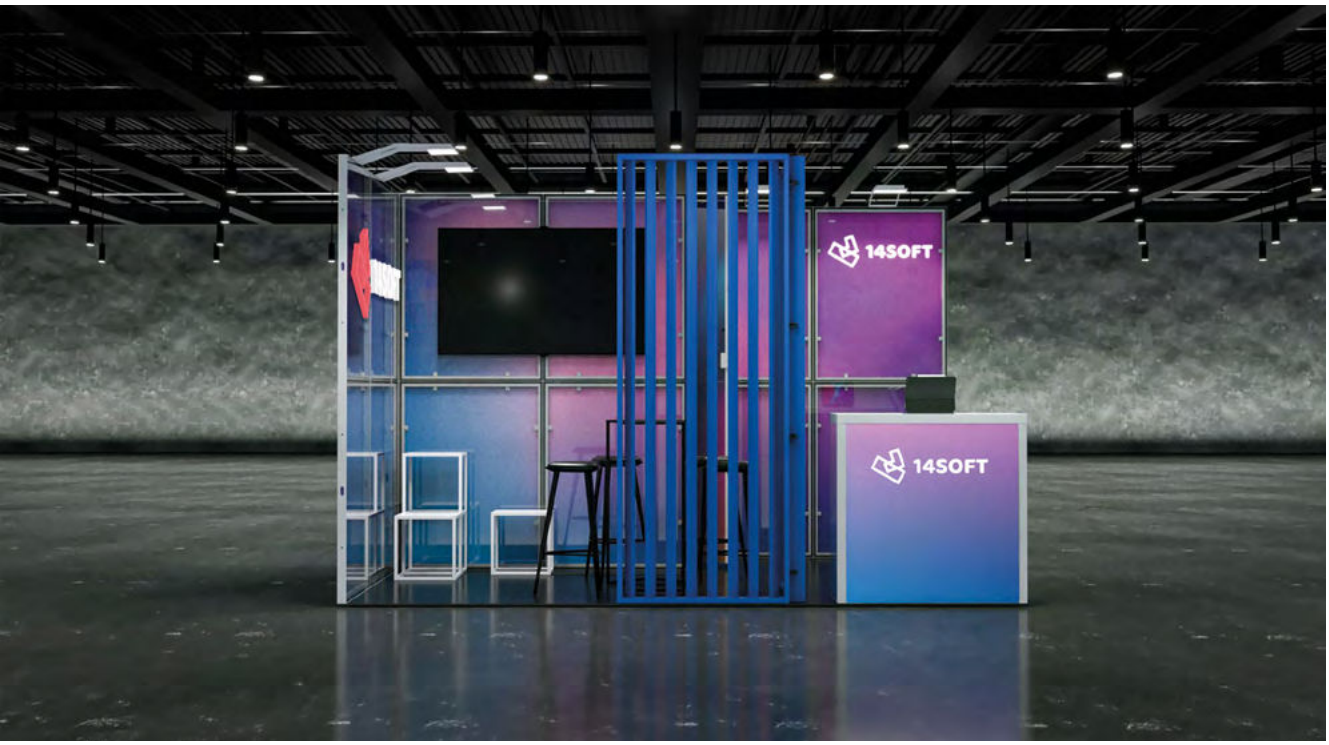
24 m² ▶

Projekt nr CF299

NAR

20 m²

Projekt nr CF266

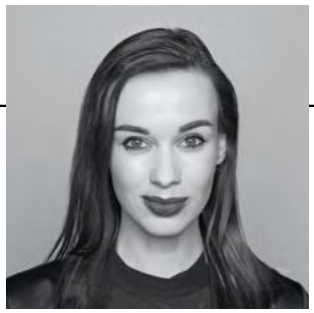


NAR

12 m²

Projekt nr CF324

Wyjdź poza schemat



Chief Marketing Officer
Aleksandra Talarczyk

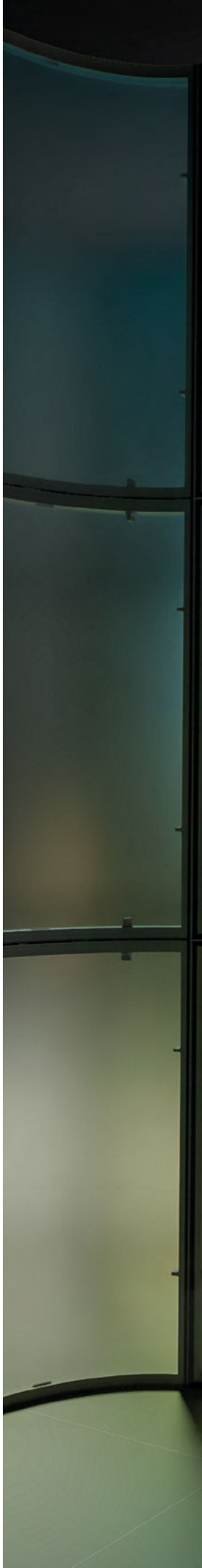
Te słowa mogą się wydawać banałem, ale w rzeczywistości to klucz, który otwiera wiele drzwi – a już na pewno daje dostęp do nowych klientów. W świecie targów, gdzie każda marka walczy o uwagę, wyróżnienie się jest nie tylko opcją, ale też koniecznością. Zastanów się, ile razy przemierzałeś hale targowe, mijając dziesiątki stoisk zbudowanych z białych ścian pokrytych śladowymi ilościami brandingu. Trudno je od siebie odróżnić, prawda? W natłoku podobnych rozwiązań typowe stoisko przestaje być zauważalne, a Twoja marka ryzykuje, że zginie w gąszczu identycznych ekspozycji.

Właśnie dlatego warto wyjść poza schemat. Kreatywne, nieszablonowe stoisko to szansa na zrobienie pierwszego, niezapomnianego wrażenia. To przestrzeń, w której możesz opowiedzieć historię swojej marki, zaprezentować jej unikatowe cechy i zbudować relacje z odwiedzającymi. Kiedy się stoi na przeciwko konkurencji, nie wystarczy być obecnym – trzeba być zauważalnym, intrygującym, inspirującym.

Wyjście poza schemat to więcej niż tylko estetyka. To strategia, która sprawia, że klienci zatrzymują się właśnie u Ciebie, a nie w szeregu białych, nieodróżnialnych ścian. Dobrze zaprojektowane, innowacyjne stoisko to narzędzie, które pozwala Ci w pełni wykorzystać potencjał targów, przyciągnąć nowych klientów i zbudować silną pozycję na rynku.

Nie daj się zepchnąć na margines. Zainwestuj w kreatywność, zaskocz odbiorców, wyjdź poza schemat. Bo w końcu, w świecie, gdzie liczy się pierwsze wrażenie, „wyróżnij się albo zgiń" to nie tylko fraza – to realna zasada rządząca światem targów. ■

Bądź na bieżąco z trendami.
Czytaj magazyn SHOWROOM.

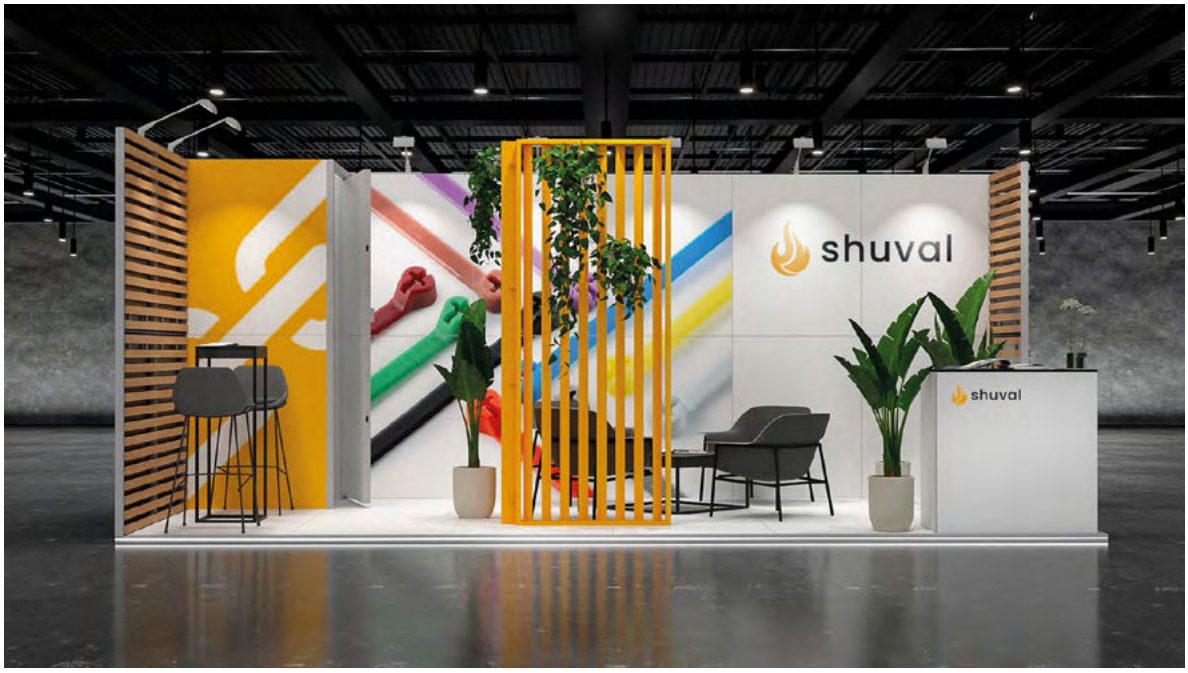


Projekt nr CF655

Zobacz więcej stoisk targowych

256 m² ▲

NAR



18 m² ▶

Projekt nr CF514

SZER

100 m² ▶

Projekt nr CF466

PÓŁ

50 m²

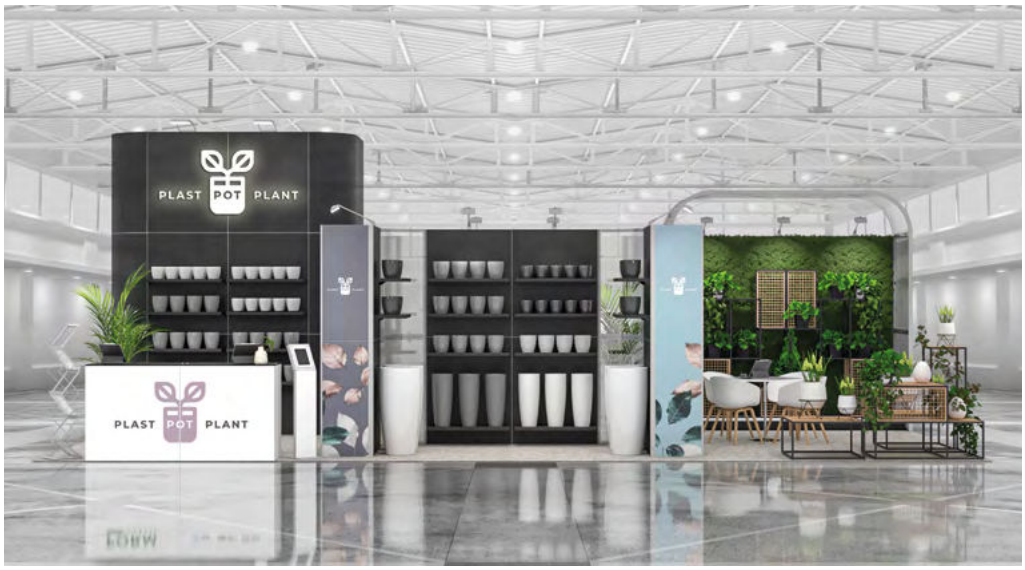
Projekt nr CF483

PÓŁ

48 m²

Projekt nr CF664

PÓŁ



50 m² ▶

Projekt nr CF657

SZER

24 m² ▶

Projekt nr CF254

SZER

18 m² ▶

Projekt nr CF530

NAR

60 m²

Projekt nr CF209

WYS

77 m²

Projekt nr CF589

PÓŁ

16 m² ▶

Projekt nr CF658

SZER

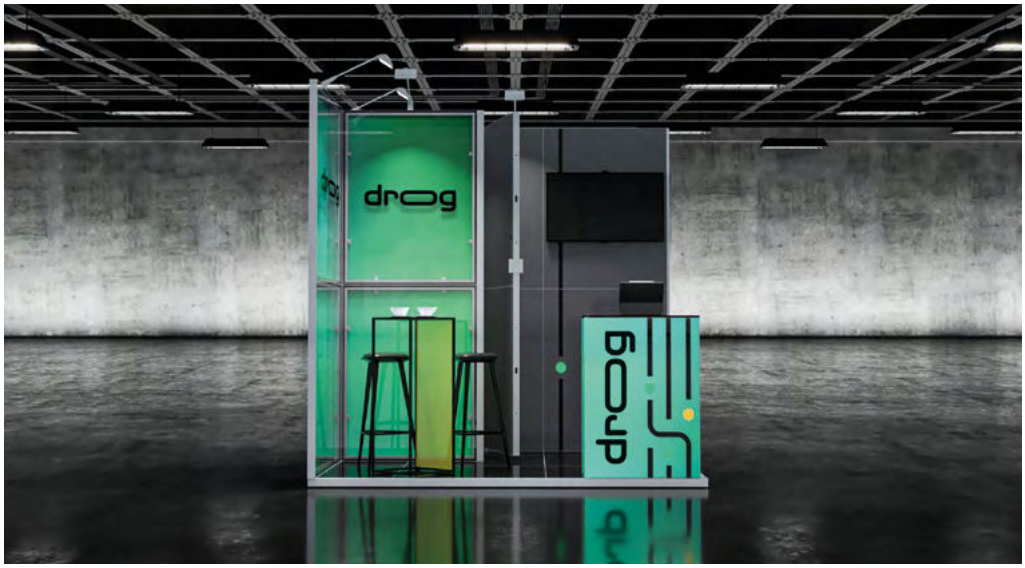
9 m² ▶

Projekt nr CF372

WYS

◄ 2 m²

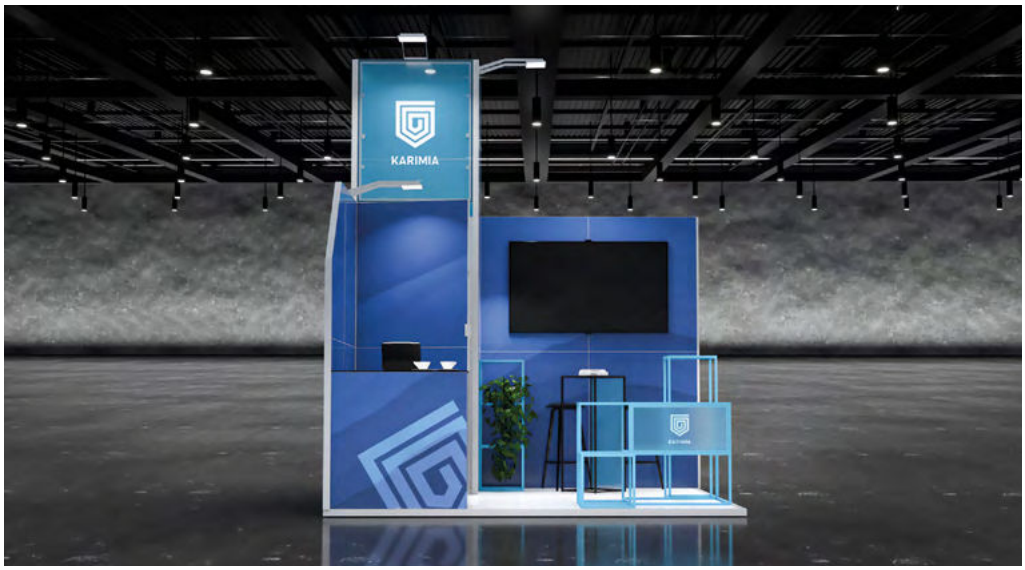
Projekt nr CF011



NAR

◄ 4 m²

Projekt nr CF341



NAR

◄ 6 m²

Projekt nr CF487

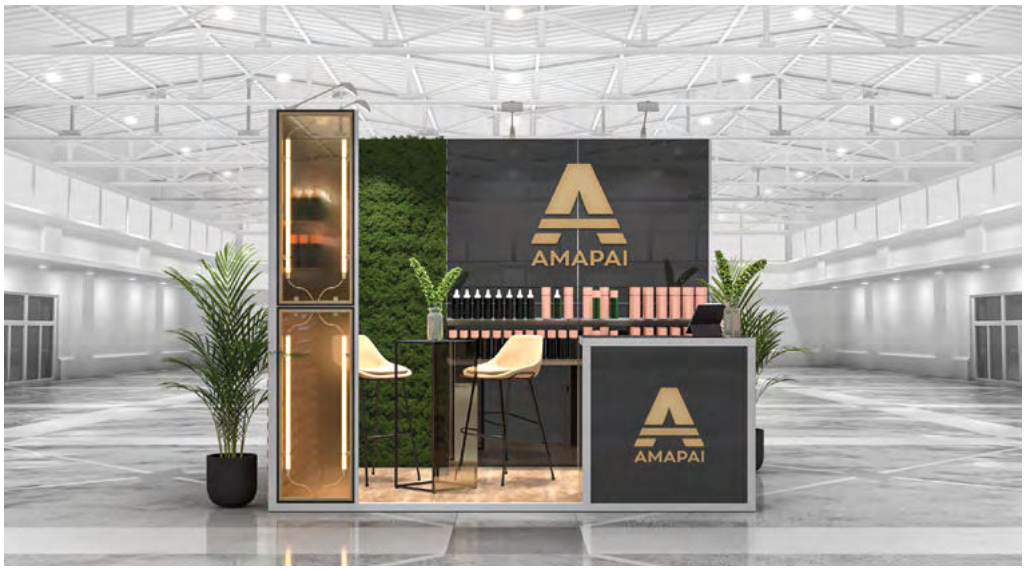
WYS

Projekt nr CF659

Zobacz więcej stoisk targowych

375 m² ▲

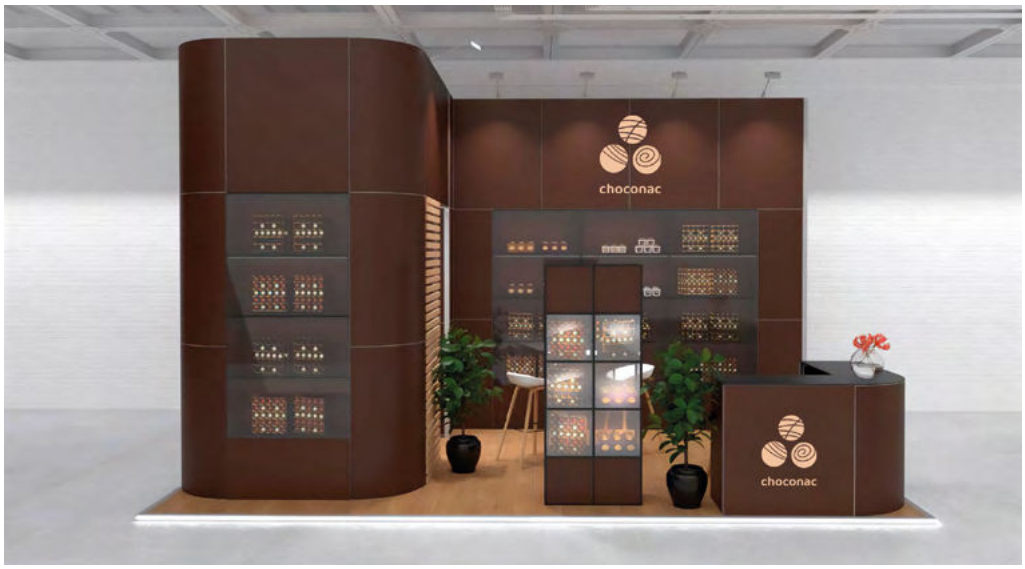
NAR



6 m² ▶

Projekt nr CF378

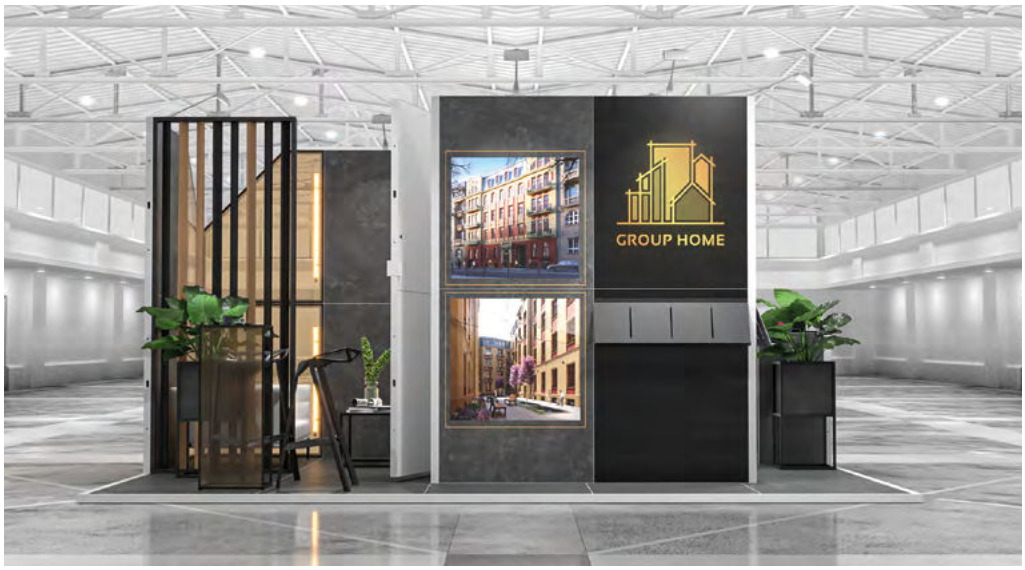
NAR



24 m² ▶

Projekt nr CF286

WYS



20 m² ▶

Projekt nr CF167

PÓŁ

◄ 28 m²

Projekt nr CF281

NAR

◄ 48 m²

Projekt nr CF660

WYS

◄ 120 m²

Projekt nr CF352

NAR

64 m² ▶

Projekt nr CF295

PÓŁ

63 m² ▶

Projekt nr CF169

PÓŁ

66 m²

Projekt nr CF661

PÓŁ

56 m²

Projekt nr CF662

WYS

100 m² ▶

Projekt nr CF607

NAR

40 m² ▶

Projekt nr CF663

NAR

◄ 150 m²

Projekt nr CF605

WYS

◄ 35 m²

Projekt nr CF545

NAR

◄ 18 m²

Projekt nr CF306

Start, Stop, Continue!

Managing Director
Szczepan Żabik

Przeanalizuj sukces swojego udziału w targach

Udział w targach to znaczna inwestycja czasu, zasobów i energii, ale również szansa na budowanie relacji z klientami, prezentację marki i generowanie nowych leadów. Jednak po zakończeniu wydarzenia kluczowe jest przeanalizowanie efektów obecności na wydarzeniu i ustalenie, czy osiągnęliśmy zamierzone cele. Dlaczego analiza jest niezbędna? Ocena wyników po targach pozwala spojrzeć krytycznie na to, co działało dobrze, a co wymaga poprawy. Bez dokładnej analizy łatwo powtórzyć błędy na kolejnych wydarzeniach. Warto sobie zadać następujące kluczowe pytania:

- Czy osiągnęliśmy zamierzone cele?
- Czy nasza strategia przyciągnęła odpowiednich klientów?
- Jakie były nasze koszty w porównaniu z korzyściami?

Jedną z najbardziej efektywnych, uniwersalnych i najprostszych metod analizy naszych działań wystawienniczych jest metoda *Start, Stop, Continue.* Dzieli się ona na trzy kategorie, które pomagają usystematyzować myśli i wyciągnąć praktyczne wnioski.

Start: Jakie nowe działania powinniśmy wdrożyć?

Po każdej edycji targów warto się zastanowić, jakie działania można wdrożyć, by poprawić wyniki. Czy są technologie, które mogą zwiększyć zaangażowanie klientów? Czy nowe podejście do prezentacji produktów lub usług wyróżni Twoją firmę na tle konkurencji? A może warto wprowadzić bardziej zautomatyzowane systemy zbierania danych? Każde nowe wdrożenie może się przyczynić do bardziej efektywnego zarządzania zasobami i optymalizacji Twoich wyników sprzedażowych.

Stop:
Co powinniśmy przestać robić?

Nie wszystkie elementy strategii muszą przynosić oczekiwane rezultaty. Analiza wyników powinna obejmować krytyczne spojrzenie na działania, które nie przyniosły Ci korzyści. Może koszty niektórych działań marketingowych były zbyt wysokie w porównaniu z efektami? Pewne aktywności nie przyciągnęły wystarczającej liczby wartościowych leadów lub nie generowały oczekiwanego zaangażowania odwiedzających? Zastanów się, z czego warto zrezygnować, by skupić zasoby na tym, co przynosi Ci najlepsze rezultaty.

Continue:
Co powinniśmy kontynuować?

Oceniając wyniki targów, łatwo zapomnieć o tym, co przyniosło nam sukces. Może była to udana kampania promocyjna, dobrze zorganizowane stoisko lub skuteczna współpraca zespołów marketingu i sprzedaży? Skuteczność można powielać, a nawet więcej – można ją skalować, co znajduje bezpośrednie przełożenie na słupki Twojej sprzedaży. Powtarzanie sprawdzonych rozwiązań i rozbudowanie ich o nowe elementy poprowadzi Cię do długoterminowego wzrostu efektywności na kolejnych wydarzeniach.

Po zastosowaniu metody *Start, Stop, Continue* czas na stworzenie planu działania. Wnioski z analizy należy przekuć w konkretne kroki, które pozwolą Ci udoskonalić przyszłość. Ważne jest również, aby wszyscy członkowie zespołu byli zaangażowani w proces analizy i wspólnie ustalili, jakie zmiany warto lub należy wprowadzić – ich udział umożliwi Ci lepsze dopasowanie rozwiązań do rzeczywistych potrzeb. Opracowanie planu powinno uwzględniać zarówno krótkoterminowe cele, jak i długofalową strategię Twojej firmy. Kluczowe jest także to, aby każde wdrożenie nowych rozwiązań było regularnie monitorowane i w razie potrzeby modyfikowane. ■

Projekt nr CF665

160 m² ▲

PÓŁ

12 m² ▶

Projekt CF672

L WYS

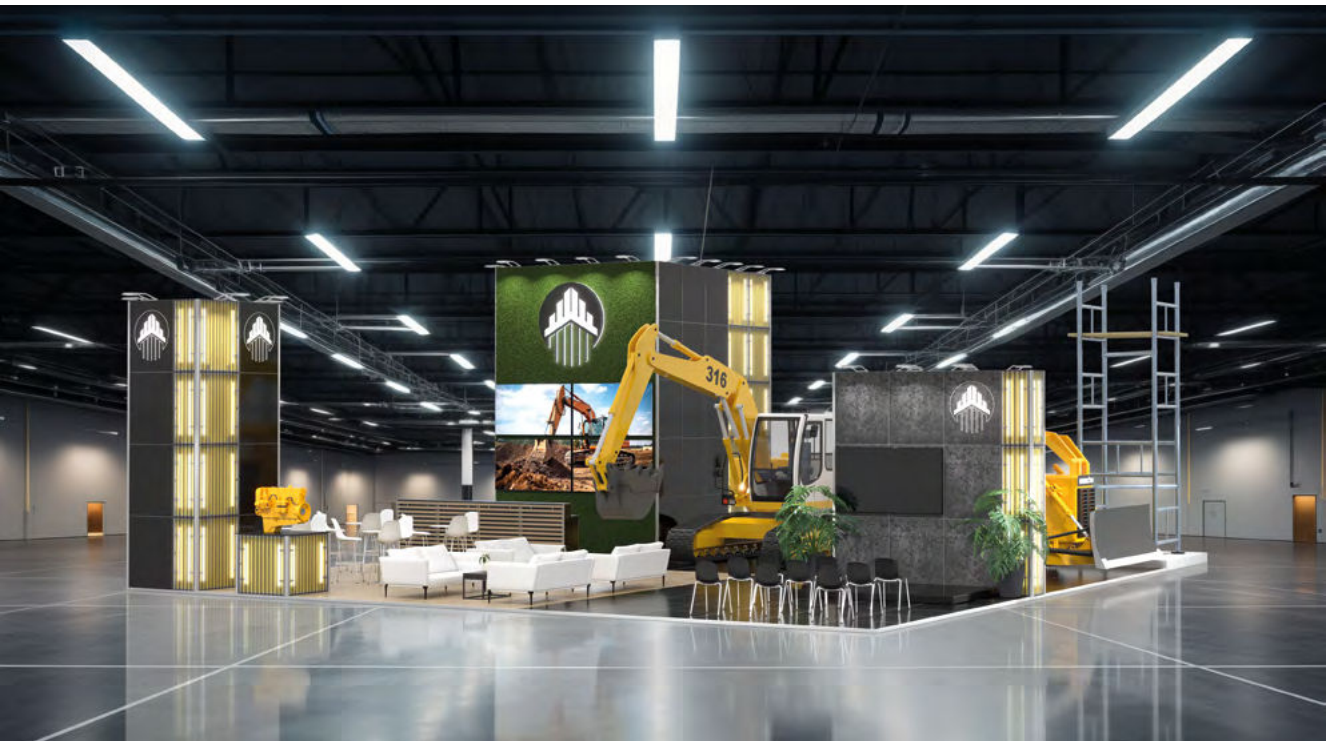
225 m² ▶

Projekt nr CF667

NAR

15 m²

Projekt CF023



WYS

234 m²

Projekt CF668

PÓŁ

30 m² ▶

Projekt nr CF406

PÓŁ

45 m² ▶

Projekt nr CF424

PÓŁ

20 m² ▶

Projekt nr CF255

PÓŁ

◄ 40 m²

Projekt nr CF577

SZER

◄ 30 m²

Projekt nr CF416

PÓŁ

◄ 15 m²

Projekt nr CF358

NAR

12 m² ▶

Projekt nr CF080

SZER

36 m² ▶

Projekt nr CF089

SZER

48 m²

Projekt nr CF451

WYS

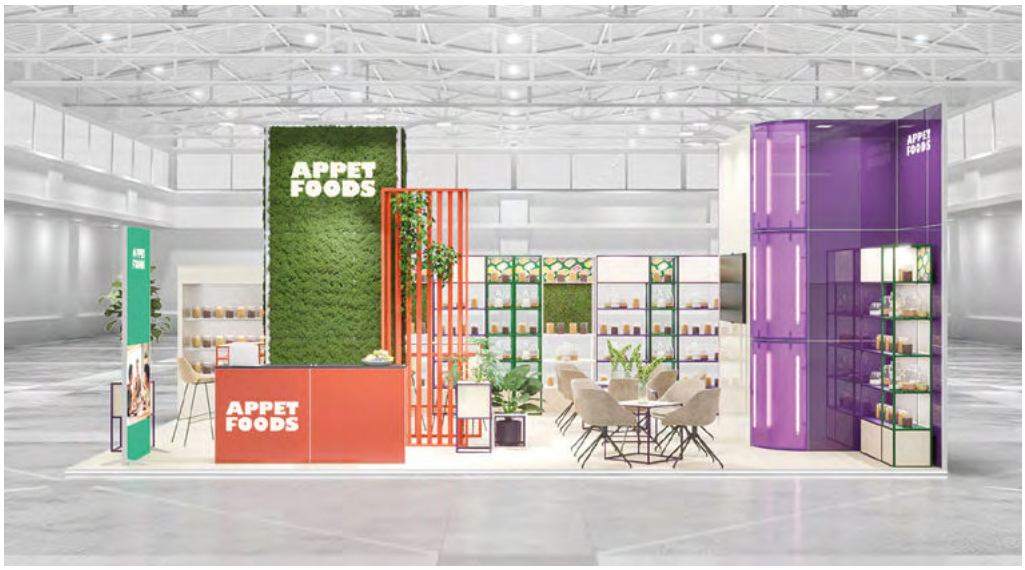
60 m²

Projekt nr CF585

Projekt nr CF602

120 m² ▲

NAR



54 m² ▶

Projekt nr CF283

NAR

40 m² ▶

Projekt nr CF131

PÓŁ

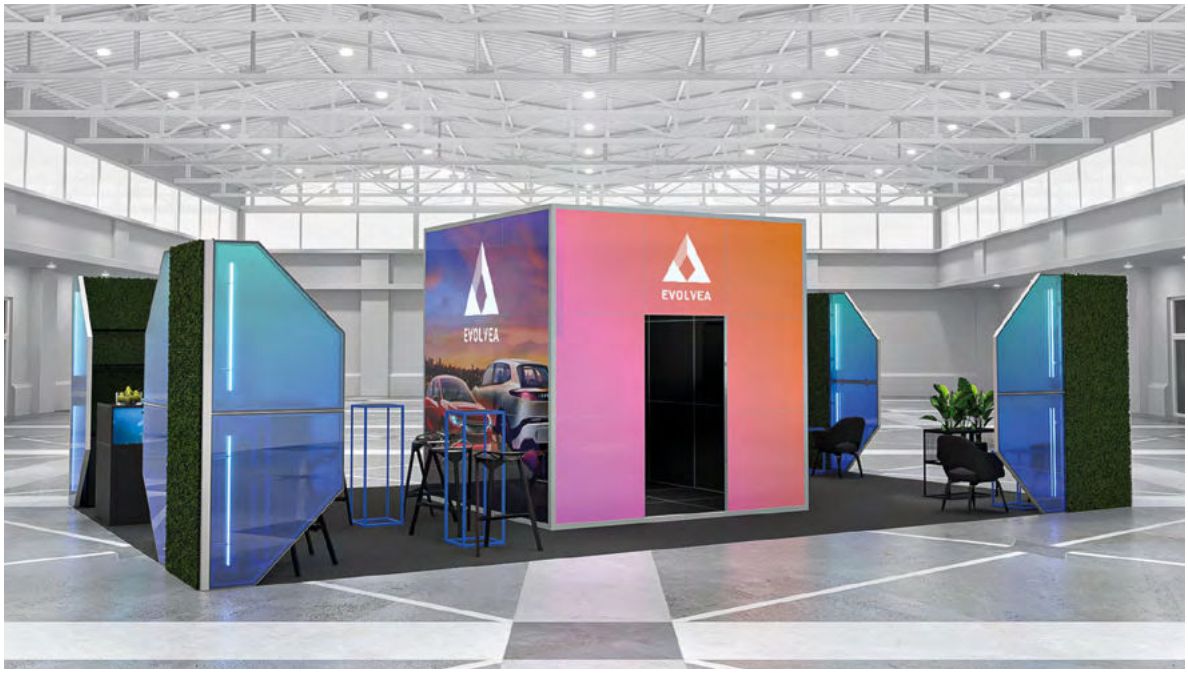
48 m² ▶

Projekt nr CF436

WYS

28 m²

Projekt nr CF317

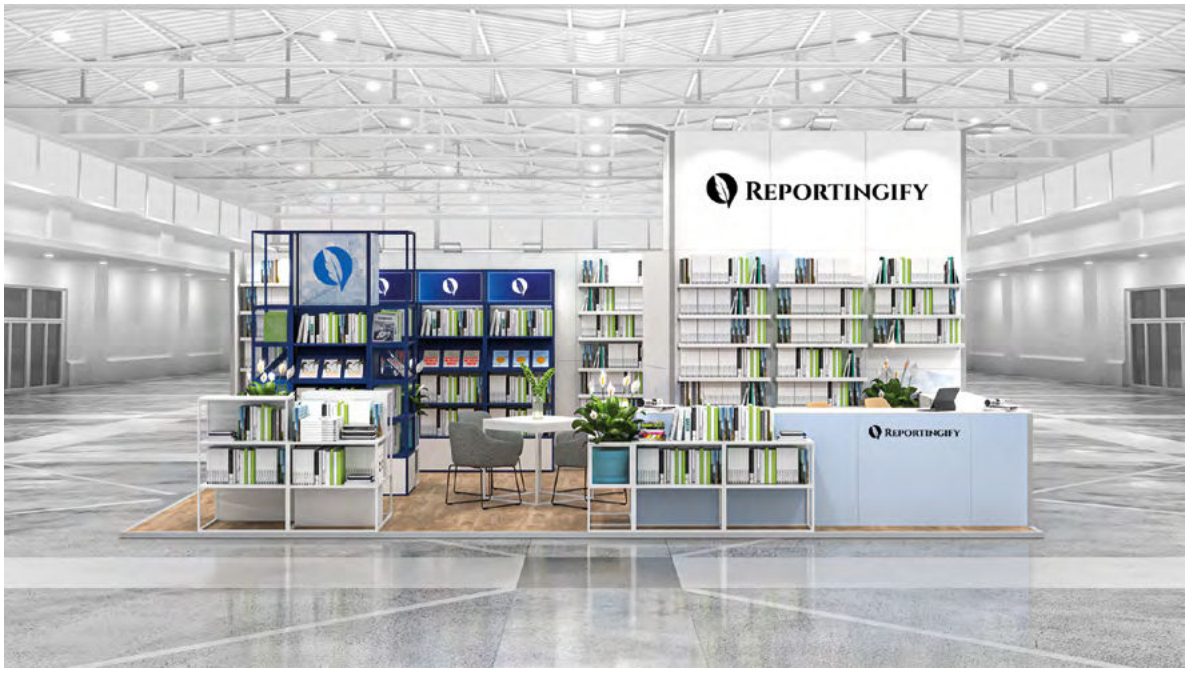


WYS

60 m²

Projekt nr CF123

PÓŁ



48 m² ▶

Projekt nr CF019

NAR

30 m² ▶

Projekt nr CF120

WYS

50 m²

Projekt nr CF160

NAR

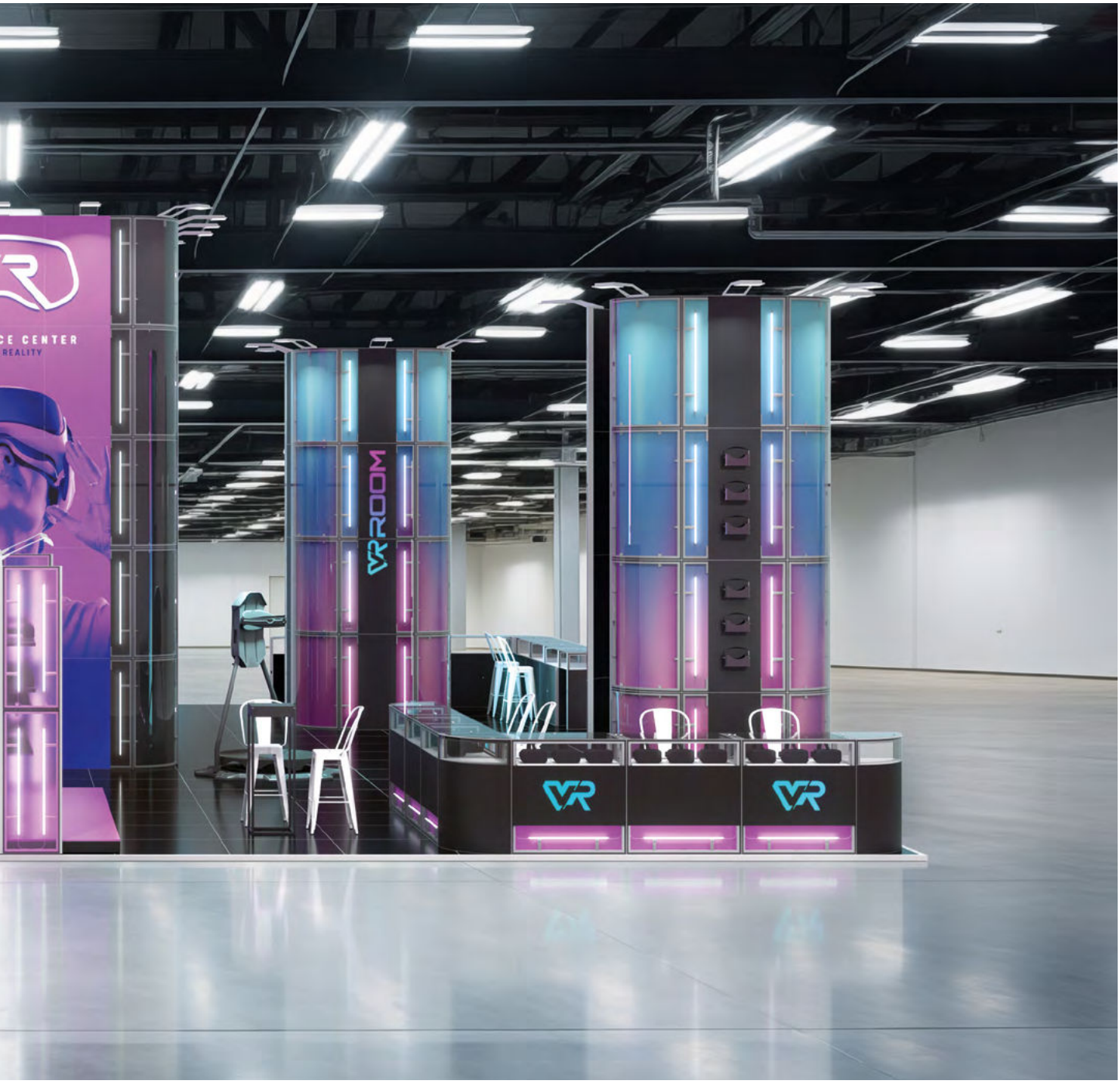
30 m²

Projekt nr CF184

WYS

Projekt nr CF669

Zobacz więcej stoisk targowych



256 m² ▲

NAR

6 m² ▶

Projekt nr CF375

SZER

18 m² ▶

Projekt nr CF635

PÓŁ

24 m²

Projekt nr CF161

SZER

8 m²

Projekt nr CF171

PÓŁ

28 m² ▶

Projekt nr CF670

NAR

50 m² ▶

Projekt nr CF560

NAR

36 m²

Projekt nr CF547

NAR

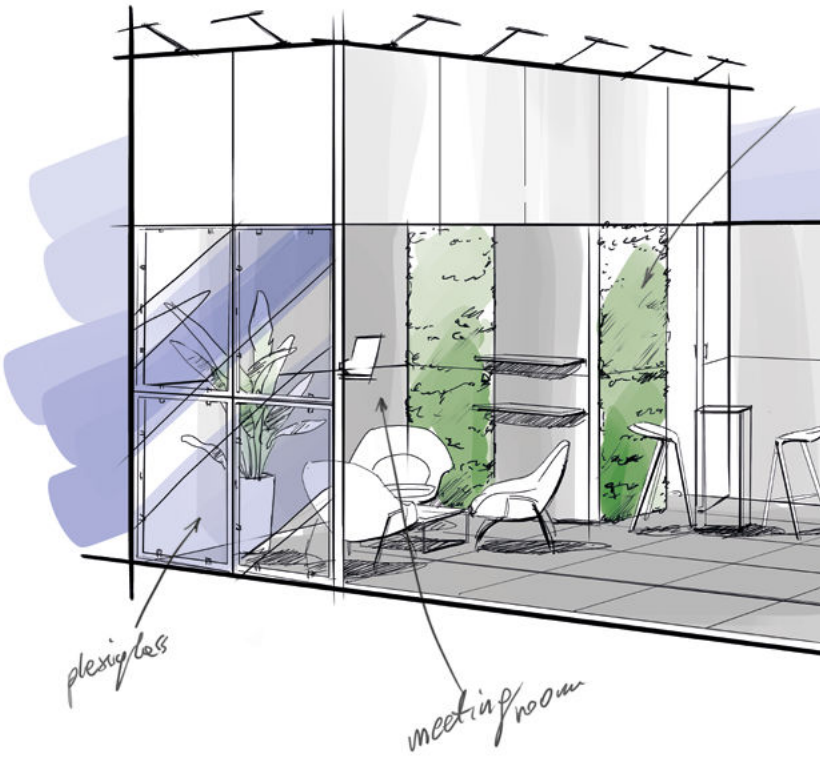
36 m²

Projekt nr CF671

Współpraca na szóstkę,

czyli dlaczego warto rozpocząć pracę nad projektem z półrocznym wyprzedzeniem

Projektowanie profesjonalnego stoiska targowego to wieloetapowy proces, który w optymalnym wariancie powinien trwać od 4 do 6 miesięcy. Taki przedział czasowy umożliwia zrealizowanie bardzo świadomie zaprojektowanego stoiska targowego – takiego, które uwzględnia nie tylko atrakcyjny design i praktyczny układ funkcjonalny, ale także realizuje Twoje cele marketingowe.



Dodatkowe korzyści

Dostęp do szerokiej gamy rozwiązań

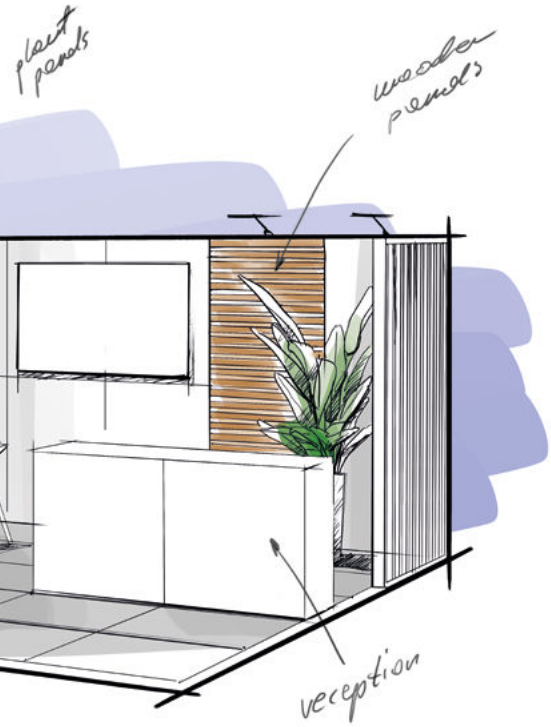
Dzięki wcześniejszemu rozpoczęciu prac możesz liczyć na dostęp do szerokiej gamy materiałów wykończeniowych, akcesoriów czy elementów niestandardowych. Niektóre z nich, zwłaszcza te przygotowywane na specjalne zamówienie, wymagają więcej czasu na realizację, dlatego kluczowe jest, aby planowanie rozpocząć odpowiednio wcześnie.

Pełna personalizacja

Dysponując większą ilością czasu, możesz również personalizować wybrane elementy zabudowy, co pozwala na lepsze dostosowanie stoiska do specyfiki Twojej marki. Na przykład możesz się zdecydować na indywidualny dobór koloru mebli, który będzie spójny z identyfikacją wizualną Twojej firmy, lub też zlecić nam wykonanie niestandardowych elementów dekoracyjnych.

Brak presji czasowej

Półroczny czas na przygotowania eliminuje presję związaną z koniecznością szybkiego podejmowania decyzji. Dzięki temu cały proces projektowo-produkcyjny przebiega spokojnie i metodycznie, a Ty masz pewność, że pracujesz z nami według starannie zaplanowanego scenariusza

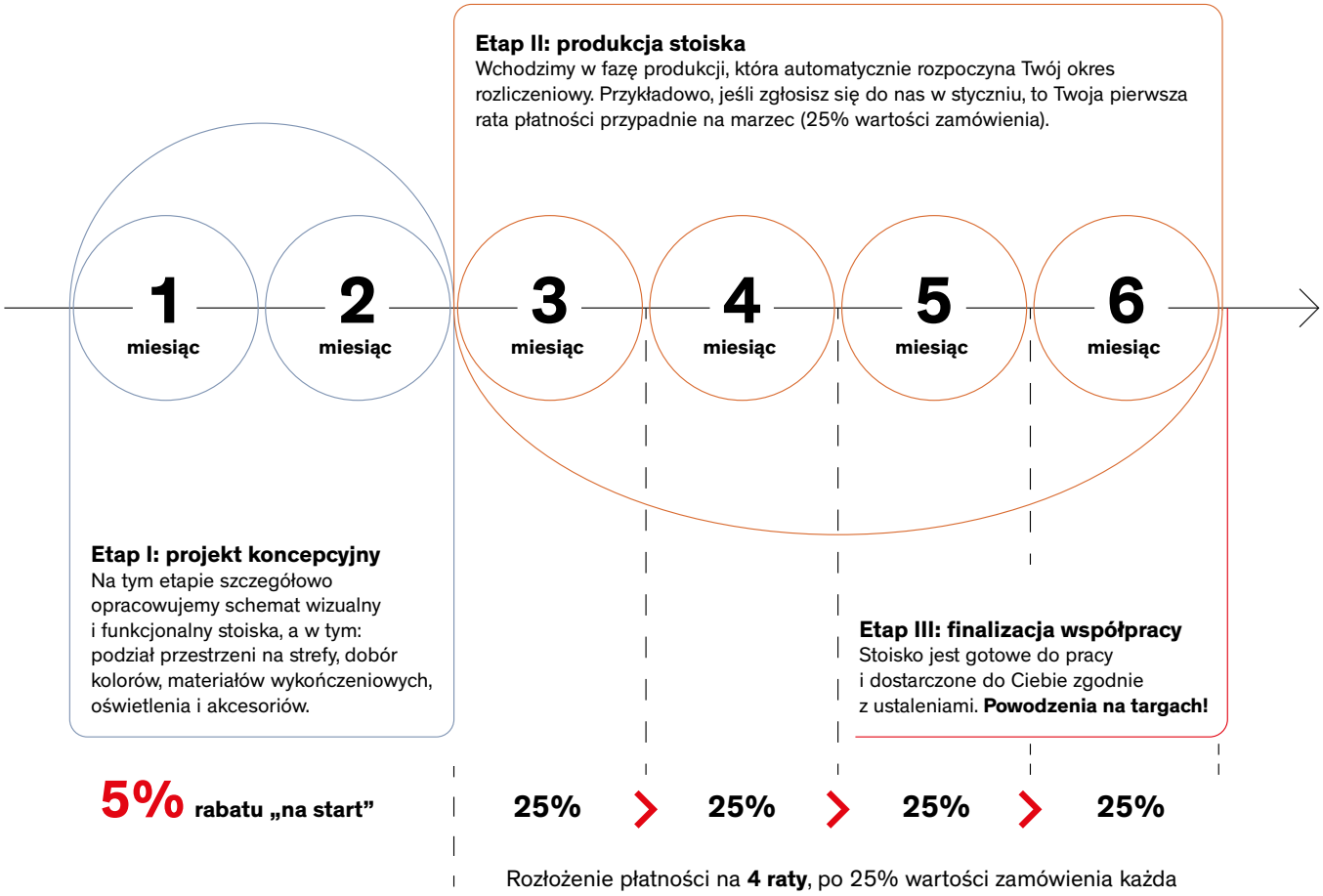


Rozpoczęcie prac z 6-miesięcznym wyprzedzeniem to nie tylko gwarancja profesjonalnego efektu końcowego. Zlecenia *first minute*, czyli zgłoszone do nas na pół roku przed eventem, obejmujemy **komfortowym finansowaniem 4 × 25% oraz rabatem 5%,** który łączy się z innymi upustami.

Co w przypadku, gdy nie możesz sobie pozwolić na pracę z 6-miesięcznym wyprzedzeniem i Twoje zamówienie musi zostać zrealizowane w trybie „last minute”?

Po prostu skontaktuj się z nami.

Dzięki wieloletniemu doświadczeniu oraz tysiącom zrealizowanych projektów jesteśmy przygotowani, aby sprostać nawet najbardziej wymagającym wyzwaniom i wziąć udział w organizacyjnym sprincie. Powiedz nam, czego potrzebujesz, a my zajmiemy się resztą!



bórabella
-10%

iPodologia
iPodologia

FUSION LABS
FUNK
SUPER SALTS

SONY
SONY
SONY

Zobacz realizacje
Clever Frame

STOISKA TARGOWE 3.0

Buduj, zmieniaj,
promuj, Twój **Clever Frame,**
Twoje zasady

Clever Frame | T: +48 71 789 50 01 | E: biuro@cleverframe.com | www.cleverframe.pl