

**CLEVER FRAME®**

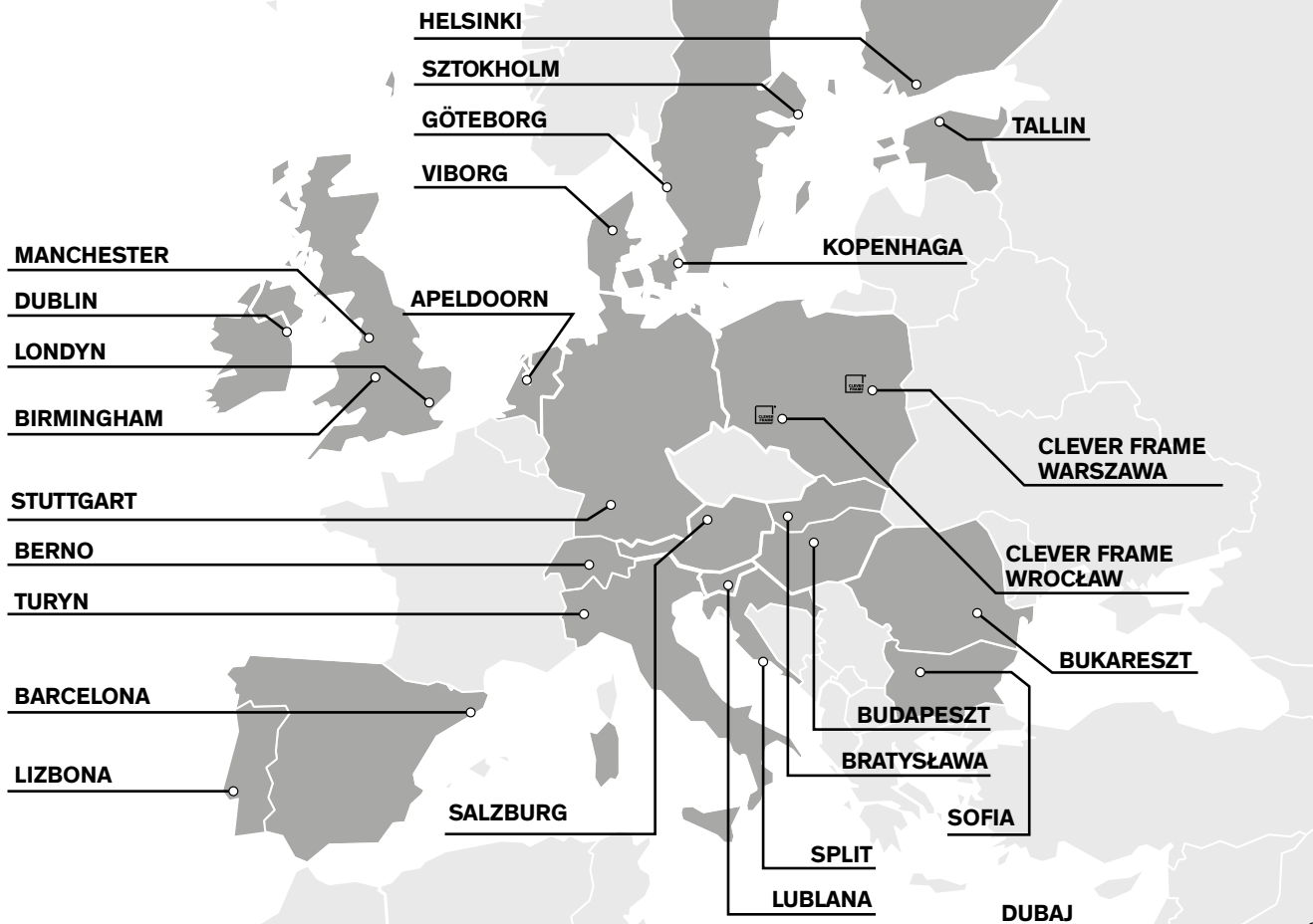
**PRZEWODNIK PO ŚWIECIE WYSTAWIENICTWA**



**CLEVER  
FRAME<sup>®</sup>  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITECT-  
TURE**

# CLEVER FRAME® NA ŚWIECIE

SETKI OSÓB PRACUJĄCYCH  
NA SUKCES TYSIĘCY KLIENTÓW





# Czas na marketing na Twoich zasadach



Szukasz pomysłów na rozwój event marketingu? Zależy Ci na tym, aby skutecznie docierać do swojej grupy docelowej, zwiększać zasięgi i wzmacniać swoją pozycję na rynku? Jeśli tak, nasz przewodnik po świecie wystawiennictwa jest właśnie dla Ciebie. Bez względu na to, czy jesteś weteranem targów, czy dopiero zaczniesz swoją przygodę z wystawiennictwem, podpowiemy Ci w jakie rozwiązania i narzędzia warto zainwestować, aby osiągnąć biznesowy i wizerunkowy sukces.

Specjalizujemy się w kompleksowych rozwiązaniach wystawienniczych, pomagając tworzyć przestrzenie ekspozycyjne dopasowane do konkretnych wizji i potrzeb. Jako wiodący producent modułowych stoisk targowych chcemy dostarczyć Ci dokładnie to, czego szukasz, a wszystko to w ścisłym dopasowaniu do atrybutów i wartości, które definiują i identyfikują Twoją markę.

**Przygotuj się na rewolucję w sposobie, w jaki prezentujesz swoją firmę. Systemy modułowe Clever Frame® to marketing na Twoich zasadach.**



Za marką Clever Frame® stoi 25-letnie doświadczenie, jakie udało mi się zdobyć na rynku wystawienniczym. Dla naszego zespołu architektura wystawiennicza to coś więcej niż stoiska targowe – to połączenie sztuki i rzemiosła. Poza spełnieniem czysto funkcjonalnych i formalnych względów powinna być efektem pasji tworzenia.

**Filip Grudziński**

CEO

## ROZDZIAŁ

# 01

---

Odkryj potencjał modułowych stoisk targowych i zobacz, dlaczego stanowią nieodłączny element skutecznej strategii wystawienniczej.

## ROZDZIAŁ

# 02

---

Poznaj kroki, jakie należy podjąć przed, w trakcie i po targach, aby maksymalnie wykorzystać czas spędzony na wydarzeniu.

## ROZDZIAŁ

# 03

---

Dowiedz się, jak zaplanować przestrzeń stoiska, aby było one nie tylko atrakcyjne wizualnie, ale także funkcjonalne.

## ROZDZIAŁ

# 04

---

Zainspiruj się nowoczesnymi projektami stoisk, które z łatwością możesz zaadaptować na potrzeby własnego biznesu.

# ZAUFALI NAM



Glenfiddich



Marlboro

Canon



APART®

swatch+

W. KRUK  
1 8 4 0



ROYAL CANIN



Lilly



P&G



Bank Polski

Millennium  
bank

Deutsche Bank



SKANSKA

SONY®

budimex





**CLEVER  
FRAME®**  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITEC-  
TURE

**01**

**Systemy modułowe  
– Twoja elementarna  
częśćka marketingu**







**CLEVER  
FRAME**

1  
A  
10

A





**CLEVER  
FRAME<sup>®</sup>  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITEC-  
TURE**

**CLEVER  
FRAME<sup>®</sup>**



## 1.1. CZYM SĄ SYSTEMY MODUŁOWE CLEVER FRAME®?

### Z czego wynika ich popularność?

Systemy modułowe to duża różnorodność w zakresie designu, dostępnych funkcji oraz możliwości konfiguracyjnych. Jak sama nazwa wskazuje, składają się z pojedynczych modułów, które można wykorzystywać na wiele różnych sposobów – na przykład łącząc je w wielkoformatowe stoiska targowe czy też tworząc kompaktowe ścianki reklamowe. Tego typu systemy mogą być dowolnie kształtowane nie tylko pod kątem konstrukcji, ale także jej oprawy wizualnej, a to oznacza, że dają nieograniczone możliwości budowania wizerunku marki.

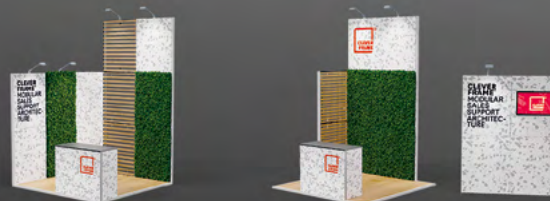
**Poznaj trzy kluczowe powody, dla których systemy modułowe są elementarną częścią marketingu współczesnych firm.**



## ELASTYCZNOŚĆ

Systemy modułowe mają tę unikalną właściwość, że są niezwykle wszechstronne i mogą być dostosowane do różnych przestrzeni i potrzeb wystawienniczych. Modułowa konstrukcja pozwala na łatwą zmianę układu, rozmiaru czy wyglądu stoisk, co jest niezwykle ważne zwłaszcza w dynamicznie zmieniającym się świecie event marketingu i przy wciąż ewoluujących oczekiwaniach i potrzebach klientów.

12  
RAM

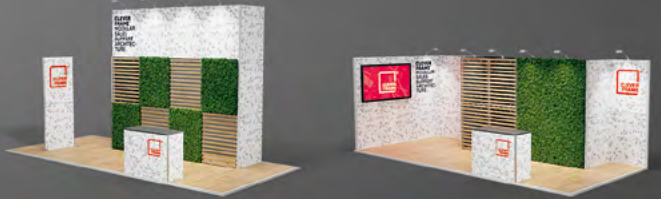


**Zobacz przykładowe kompozycje stoisk, jakie możesz zbudować na bazie jednego zestawu ram.**



24  
RAMY

36  
RAM





## EKONOMIA

Systemy modułowe generują oszczędności. Pozwalają na wielokrotne wykorzystanie, dzięki czemu przy każdym kolejnym evencie nie musimy inwestować w nowe zabudowy reklamowe. Ta możliwość nie tylko obniża koszty, ale także zwiększa wydajność działań wystawienniczych. Inwestycja w system modułowy jest więc inwestycją długoterminową, która przynosi korzyści przez wiele lat.

**jednorazowe stoiska**  
koszt dla 10 imprez

**150 000 zł**  
**15 000 zł / stoisko**

**stoisko Clever Frame®**  
przy dowolnej ilości imprez

**40 000 zł**  
lub leasing  
**800 zł / mies.**

Tu zaczynają się Twoje oszczędności

Porównanie kosztu zakupu zabudowy targowej o powierzchni 20 m<sup>2</sup>



150 000 zł  
135 000 zł  
120 000 zł  
105 000 zł  
90 000 zł  
75 000 zł  
60 000 zł  
45 000 zł  
30 000 zł  
15 000 zł





## EKOLOGIA

Wdrażanie ekologicznych rozwiązań stanowi obecnie bardzo silny trend na rynku, a marki kojarzone z nurtem pro-eko stale notują wzrost liczby klientów. Wybierając systemy modułowe promujesz koncepcję wykorzystywania rozwiązań wielokrotnego użytku, znacząco ograniczasz liczbę odpadów oraz poprawiasz wizerunek firmy. Współcześni konsumenci szukają firm odpowiedzialnych społecznie i chcą mieć pewność, że firma, którą wybierają w swoich działaniach kieruje się zasadami zrównoważonego rozwoju. Sprzyjając planecie, sprzyjasz jednocześnie swojemu biznesowi.



**ECO**  
FRIENDLY

**Sustainable  
exhibition stand**



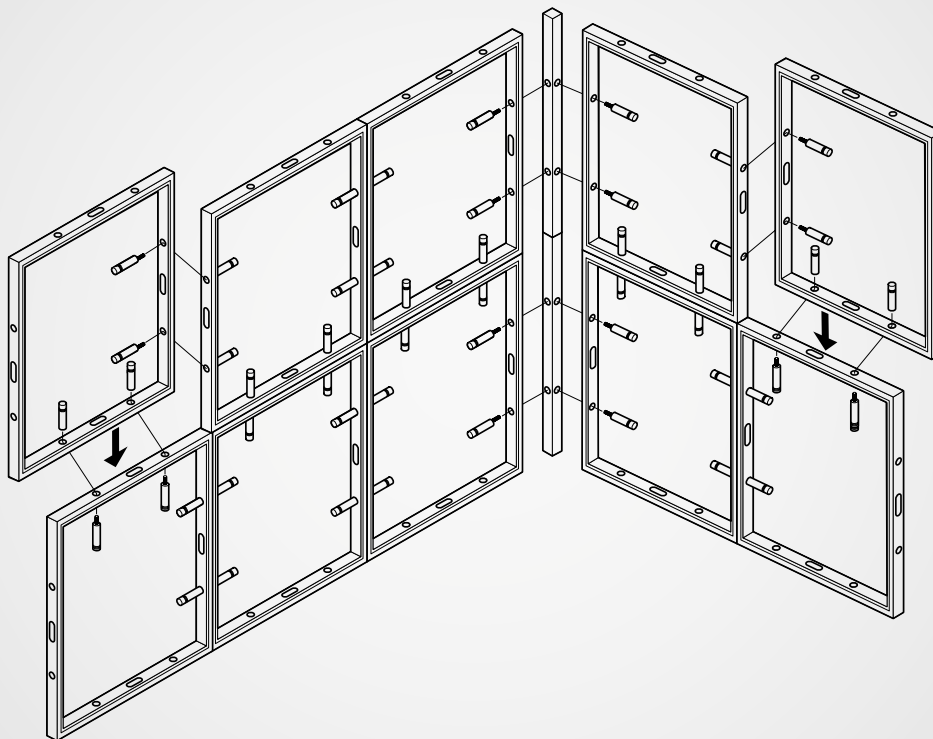
## 1.2. JAK TO DZIAŁA?



## Krok 1

## Wybierz bazowy zestaw ram

Określ liczbę ram, które stworzą konstrukcję Twojego stoiska. Nawet jeśli Twój podstawowy zestaw będzie niewielki, zawsze możesz go rozbudować o nowe elementy. To proste, jak budowanie z klocków – im więcej ram posiadasz, tym więcej różnorodnych stoisk możesz zaprojektować. Dzięki temu jesteś gotowy na każde marketingowe wyzwanie.



**Montaż  
bez użycia narzędzi**



Dzięki specjalnym łącznikom każdą z dziesiątek konfiguracji zmontujesz szybko i co niezwykle ważne – bez użycia żadnych narzędzi.





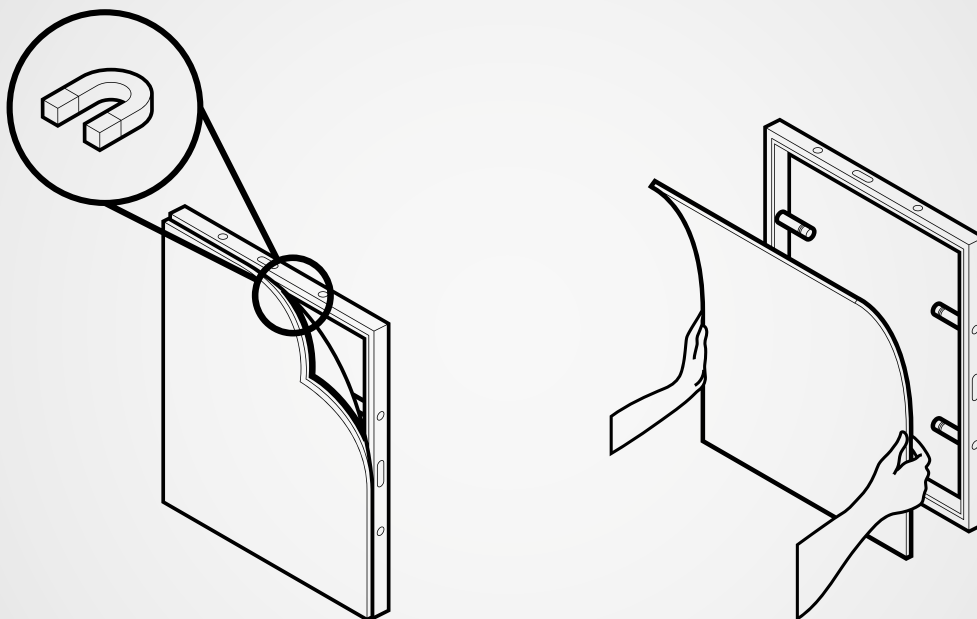
**CLEVER  
FRAME<sup>®</sup>  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITEC-  
TURE**



## Krok 2

## Wybierz wypełnienia konstrukcji

Wybierz panele wypełniające, które zdefiniują styl stoiska, a co za tym idzie – podkreślą charakter Twojej marki. Różnorodność dostępnych materiałów sprawia, że z łatwością stworzysz aranżację w dowolnym stylu – minimalistycznym, klasycznym, glamour czy nowoczesnym. Możliwości są niemal nieograniczone.



**Zmiany wizerunkowe  
w kilka sekund**



Oprawę graficzną możesz zmieniać kiedy tylko chcesz, a wszystko to dzięki magnetycznemu sposobowi montażu paneli.

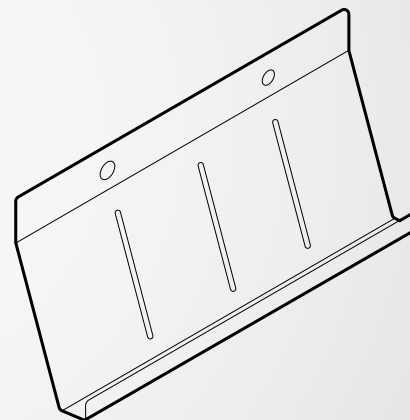
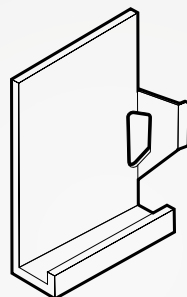
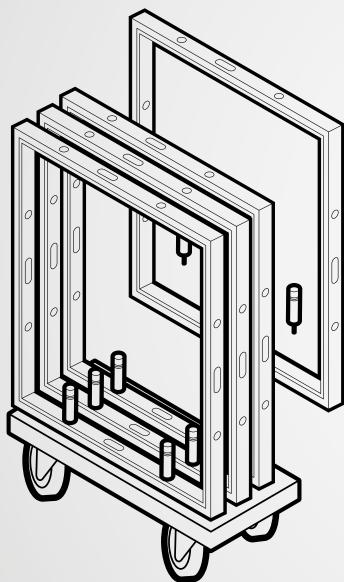


**CLEVER  
FRAME**®

## Krok 3

## Uzupełnij system o akcesoria

Wybór odpowiednich akcesoriów to ważny etap projektowania, który wpływa na funkcjonalność i wygląd stoiska. Wyposażając je w półki, multimedia, oświetlenie, logotypy 3D czy meble ekspozycyjne możesz stworzyć w pełni profesjonalną strefę wystawienniczą, która odpowiada zarówno na potrzeby Twoich klientów, jak i Twojego biznesu.



**Wygodny transport  
i przechowywanie**



Pracę z systemami modułowymi ułatwią Ci dedykowane futerały i skrzynie, które odpowiednio zabezpieczają wszystkie elementy.

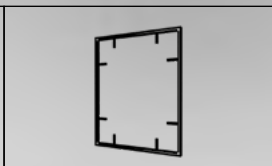
# 1.3. AKCESORIA EKSPOZYCJA I FUNKCJONALNOŚĆ



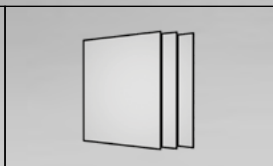
1. PODŁOGA SYSTEMOWA



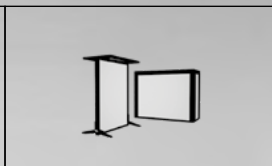
2. RAMY SYSTEMOWE



3. PANELE WYPEŁNIAJĄCE



4. LADY



5. DRZWI



6. ULOTKOWNIKI



7. PÓŁKI



8. OŚWIETLENIE



9. SYSTEM TRANSPORTOWY



10. PYLONY





## MULTIMEDIA I DEKORACJE



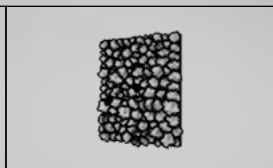
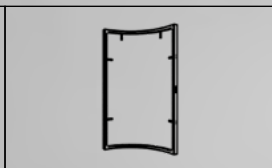
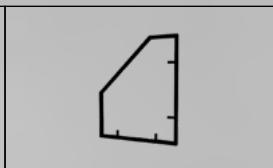
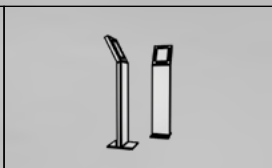
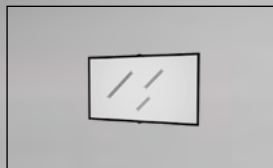
11. TELEWIZOR

12. UCHWYT NA TABLET

13. RAMA SKOŚNA A-FRAME

14. RAMA ŁUKOWA R-FRAME

15. ZIELONY PANEL



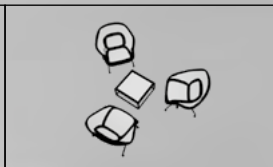
16. PANEL DREWNIANY

17. PANEL DECO FRAME

18. MEBLE

19. DEKORACJE

20. SYSTEM HELO FORM®



**CLEVER  
FRAME®  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITEC-  
TURE**

**02**

**Praktyczne wskazówki  
dla wystawców**







# 10 kroków do udanej ekspozycji



Do korzyści płynących z działań wystawienniczych chyba nie trzeba nikogo przekonywać. Targi oraz wszelkiego rodzaju eventy branżowe dają szansę bezpośredniej interakcji z produktem lub usługą, podnoszą świadomość wśród potencjalnych klientów, zapewniają wyjątkowe możliwości zwiększenia ekspozycji oraz co niezwykle ważne – stanowią doskonałą platformę budowania bezpośrednich kontaktów z grupą docelową, w tym z decydentami.

**Jak w najlepszy sposób wykorzystać potencjał targów? Na jakie elementy należy zwrócić szczególną uwagę?** Przedstawiamy garść wskazówek, które ułatwią Ci udział w wydarzeniach, podczas których promujesz swoją markę.



build a cognitive business

#ibmcebit





## 1. ————— Wybór targów

Przed decyzją o uczestnictwie w danym wydarzeniu branżowym zwróćmy uwagę nie tylko na jego tematykę czy usługi dodatkowe proponowane przez organizatora, ale także na otoczenie targów – w tym infrastrukturę, zaplecze hotelowe czy inne elementy, które budują charakter okolicy oraz zwiększają frekwencję odwiedzających. Przed finalnym podjęciem decyzji o uczestnictwie warto poprosić organizatora o dane dotyczące ostatniej edycji targów (liczbę gości, mediów czy wzmianek w prasie) oraz na własną rękę prześledzić opinie o wydarzeniu.

## 2. ————— Cele taktyczne

Przed udziałem w targach warto przeanalizować własne cele biznesowe oraz zdefiniować kluczowe zadania tworzonej kampanii wystawienniczej. Jednymi z najważniejszych elementów są tu oczekiwana liczba i rodzaj nowych leadów, skala zwrotu z inwestycji, nieszablonowy sposób prezentacji firmy czy ustalenie metody oceny wyników. Ustalając strategię warto przeanalizować to, czy na targach możemy liczyć na obecność rojujących leadów. Innym aspektem jest konkurencja. Czy nie jest ona zbyt silna? Czy jesteśmy w stanie rywalizować?











### 3. ———— Odpowiednia organizacja

Udział w targach powinien być zaplanowany z odpowiednim wyprzedzeniem, działania ad hoc rzadko kiedy przyniosą nam wymierne korzyści. Określ harmonogram działań, budżet oraz dobierz odpowiednich partnerów oraz podwykonawców – media, agencje reklamowe, firmy dostarczające profesjonalne rozwiązania wystawiennicze, logistyczne, ubezpieczeniowe i tym podobne. Pamiętajmy, że nasz harmonogram powinien uwzględniać nie tylko zadania związane z przygotowaniem do targów i pracą podczas wydarzenia, ale także nasze aktywności po zakończonym eventcie.

### 4. ———— Lokalizacja na mapie targów

Przy wyborze odpowiedniego miejsca należy zwrócić uwagę nie tylko na jego wielkość i potencjał ekspozycyjny, ale także na to, czy nie znajduje się w pobliżu zaplecza sanitarnego, strefy gastronomicznej czy sceny, przy której ustawiono nagłośnienie. Każdy z tych elementów może zakłócić funkcjonowanie nawet najlepiej przygotowanego stoiska. Wybierając miejsce na mapie targów warto zwrócić również uwagę na to, czy sąsiadujący wystawcy nie kłócą się z wizerunkiem i filozofią Twojej marki.



## 5. ——— Zaprośzenie do współpracy

Obecność na targach to wyjście poza ramy standardowych działań sprzedażowych oraz nierzadko jedyna szansa do bezpośredniego kontaktu z klientami. Efektywną praktyką przekładającą się na wzrost ruchu na stoisku jest wcześniejsze informowanie o udziale w wydarzeniu. Do dyspozycji mamy szereg kanałów: media tradycyjne i społecznościowe (np. LinkedIn), dedykowane mailingi, zaproszenia czy materiały organizatora.

## 6. ——— Storytelling

Budowany wizerunek firmy musi być spójny oraz w pełni odzwierciedlać jej tożsamość. Planując działania wystawiennicze warto stworzyć historię, która scali wszystkie elementy ekspozycji – architekturę stoiska, jego kolory, znaki firmowe czy ubiór pracowników. Wszystkie te elementy warto potraktować kompleksowo, tak aby jak najlepiej przełożyły się na sukces marketingowy naszej marki.









SONY



SONY

SONY

SONY





## 7. ——— Nic za darmo

Targi branżowe i eventy promocyjne to lustro świata rzeczywistego, a więc gdy chcemy powiększyć bazę potencjalnych klientów warto rozważyć kwestię ewentualnych bonusów – próbek produktowych, rabatów lub prelekcji, które przyciągną odwiedzających oraz pomogą im lepiej poznać daną markę. Jeśli planujesz przygotować dla gości gift packi pamiętaj o ich odpowiednim rozmiarze – powinny być lekkie i kompaktowe.

## 8. ——— Twarze firmy

Na etapie planowania udziału w targach warto zrekrutować oraz przeszkolić osoby mające reprezentować firmę. Głównymi wytycznymi przy doborze zespołu powinno być doświadczenie zawodowe oraz umiejętności interpersonalne (na targach skupiających firmy międzynarodowe pamiętajmy także o znajomości języków obcych). Każda z osób powinna mieć przydzielone zadania – wszystko po to, by uniknąć chaosu organizacyjnego oraz zapewnić jak najlepszą obsługę odwiedzających.

## 9. ————— Proaktywna postawa

Pamiętajmy o mowie ciała, w tym o unikaniu zamkniętej postawy czy krzyżowaniu rąk, oraz o tym, aby targi nie były naszym biurem terenowym. W miarę możliwości ograniczmy rozmowy telefoniczne, śledzenie poczty e-mail czy przeglądanie Internetu. Na targach koncentrujemy się przede wszystkim na odwiedzających, a po zakończonym evencie – podtrzymujemy nawiązane kontakty. Szybki kontakt z potencjalnymi klientami to jeden z najważniejszych kroków prowadzących do sfinalizowania naszych celów biznesowych.

## 10. ————— Daj się zauważyć!

Aby zainteresować klientów potrzebne jest coś więcej niż dobra promocja czy przygotowanie merytoryczne. Kluczową rolę odgrywa tu wybór odpowiedniego stoiska, które jest absolutnym fundamentem działań wystawienniczych. Stoisko powinno być funkcjonalne oraz wyróżniać się na tle innych. Niezwykle ważna jest tu koncepcja kreatywna – dobór odpowiedniej bryły, kolorów, oświetlenia, materiałów i ich struktur czy zastosowanie nowych technologii. Marketing to bardzo konkurencyjny rynek, a na targach powinniśmy być lepszą wersją siebie.









**CLEVER  
FRAME®  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITECTURE**

**03**

**Projekt funkcjonalny  
stoiska targowego**





# OD POMYSŁU DO REALIZACJI

## PROJEKT STOISKA TARGOWEGO

1. ——— **Otwarty dostęp.** Kiedy odwiedzający targi mogą swobodnie wejść na stoisko, prawdopodobieństwo, że zostaną na dłużej i zapoznają się z ofertą, jest znacznie większe.
2. ——— **Punkt informacyjny.** Zaplanuj strefę welcome, która będzie punktem odniesienia dla Twoich gości. Strefa powitalna wyposażona w ladę usprawnia komunikację z klientami oraz ułatwia nawigację po stoisku.
3. ——— **Komunikacja wizualna.** Projektuj stoisko wykorzystując kolorystykę, logo i grafiki zgodne z wizerunkiem Twojej marki. Upewnij się, że tworzone przekazy są czytelne i zrozumiałe dla odwiedzających.
4. ——— **Oświetlenie.** Dobrze dobrane oświetlenie podkreśla kluczowe elementy stoiska oraz pozwala stworzyć odpowiedni nastrój. Wykorzystuj różne rodzaje oświetlenia, takie jak reflektory czy świetlówki.
5. ——— **Zaplecze.** Zaplanuj miejsce do przechowywania, w którym można zmagazynować materiały marketingowe czy przedmioty osobiste. Zaplecze ułatwia utrzymanie porządku na stoisku oraz zapewnia szybki dostęp do zasobów.







4

3

2

1

**CLEVER  
FRAME®**  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITEC-  
TURE

**CLEVER  
FRAME**

**CLEVER  
FRAME**

CLEVER  
FRAME

6

7

6



8

10



**6. ——— Strefa prezentacyjna.** Daj odwiedzającym możliwość samodzielnego poznawania Twojej oferty. Możesz wykorzystać do tego podesty, meble ekspozycyjne lub ekrany do wyświetlania spotów reklamowych.

**7. ——— Strefa biznesowa.** Projekt stoiska powinien uwzględniać strefę do spotkań biznesowych, gdzie potencjalni klienci mogą rozmawiać z przedstawicielami Twojej firmy w nieco bardziej prywatnej atmosferze.

**8. ——— Strefa wypoczynku.** Na tętniących życiem targach warto zapewnić odwiedzającym chwilę wytchnienia. Stworzenie strefy relaksu czy kawiarenki to sprawdzony sposób do nawiązania rozmowy w bardziej nieformalnym otoczeniu.

**9. ——— Systemy podłogowe.** Odpowiednio dobrana podłoga pomaga zamaskować wszelkie niedoskonałości podłoża, a także ukryć okablowanie. Znacząco wpływa to na estetykę stoiska i jego odbiór przez klientów.

**10. ——— Oryginalna architektura.** Postaw na akcenty, które wyróżnią Twoje stoisko – elementy interaktywne, instalacje oświetleniowe, roślinne czy artystyczne. Na bazie systemów modułowych możesz stworzyć nowoczesne konstrukcje przestrzenne, które staną się czymś więcej niż zwykłą dekoracją.



Systemy podłogowe

Strefa wypoczynku

Zaplecze





Komunikacja wizualna

Strefa biznesowa

Oświetlenie

Punkt informacyjny

Strefa prezentacyjna  
lub dodatkowe zaplecze

**CLEVER  
FRAME®  
MODULAR  
SALES  
SUPPORT  
ARCHITECTURE**

**04**

**Zobacz, jak może  
wyglądać Twoje stoisko**



















70 m<sup>2</sup> ▲



225 m<sup>2</sup> ▲









## MAŁA ARCHITEKTURA WYSTAWIENNICZA

Gdy nie potrzebujesz wielkoformatowej zabudowy, skorzystaj z kompaktowych rozwiązań reklamowych



Modułowe nośniki reklamowe umożliwiają dostosowanie oprawy graficznej do konkretnej grupy docelowej, miejsca czy okazji. Dzięki łatwości zmiany layoutu możesz błyskawicznie reagować na zmieniające się potrzeby marketingowe, a dzięki niewielkiej wadze systemów z łatwością umieszczasz je w strategicznych miejscach, gwarantując maksymalne zasięgi oraz skuteczność prowadzonej kampanii.





POSTUMENTY I GABLOTY

LADY I ŚCIANKI

PYLONY









Clever Frame sp. z o. o.  
Grota-Roweckiego 203  
52-214 Wrocław

+48 71 789 50 01  
[biuro@cleverframe.com](mailto:biuro@cleverframe.com)