



# طراحی و غرفه آرایی نمایشگاه‌ها

تهیه و تنظیم : سید حسین میرظفرجویان



## فهرست مندرجات

صفحه	عنوان
۳	مقدمه
۴	گرفه نمایشگاهی
۵	اندازه گرفه
۵	انواع گرفه و تقسیم بندی فضای گرفه
۱۳	طراحی گرفه
۱۴	انتخاب طراح
۱۵	آشنایی طراح با جزئیات اجرایی
۱۶	عوامل موثر بر طراحی گرفه
۱۶	نکات مهم در طراحی گرفه
۱۷	محدودیت های طراحی
۱۷	امکانات و تجهیزات مورد نیاز در طراحی و ساخت گرفه
۲۰	گرفه استاندارد ( تیپ ) Shell Stand
۲۰	گرفه با ساخت و ساز خاص
۲۱	انتخاب پیمانکار ساخت



## مقدمه

دستیابی به رشد اقتصادی پایدار و توسعه همه جانبه، نیازمند پیروی از الگوهای مناسب توسعه اقتصادی می باشد. تجربه کشورها، علی الخصوص شرق آسیا، بیانگر این موضوع است که این کشورها از الگوی توسعه صادرات به نحو درست بهره برداری کرده اند تا به رشد اقتصادی بالا و پایدار دست یافته‌اند.

برای کشور ما که اقتصاد آن همواره به لحاظ کسب درآمدهای ارزی به تولید و صادرات نفت وابسته بوده است و با توجه به نوسانات قیمت نفت در دو برنامه گذشته و میزان ذخایر نفتی و توانایی صدور آن برای کشور، سیاست جایگزینی صادرات غیرنفتی جهت تامین ارز مورد نیاز کشور یعنی صنایع داخلی را تشویق به تولید کالاهای وارداتی و صدور دیگر کالاها به کشورها بیش از هر زمان دیگری مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا هر آنچه که بتواند به توسعه صادرات غیرنفتی کمک کند می بایست مدنظر سیاستگذاران، برنامه ریزان و فعالان اقتصادی قرار گیرد. یکی از ابزارهای مهم برای رونق بخشیدن به صادرات و انجام فعالیت موثر در تبلیغات و بازاریابی کالاها و خدمات، نمایشگاهها می باشند و از ارکان اصلی هر نمایشگاهی، غرفه شرکت کنندگان جهت ارائه و نمایش کالا و خدمات می باشد. ساخت و آرایش غرفه از ابزارهای موثر تبلیغات بوده و اهمیت آن در حدی است که در کشورهای صنعتی با مدیریت مستقل در ارائه کالا و خدمات عمل می نمایند امروزه در صنعت نمایشگاهی غرفه داران به این باور رسیده اند که برای داشتن نمایشی موفق، نیاز به جذب و درگیر نمودن بازدیدکنندگان از غرفه می باشد و می توان بیان نمود که غرفه در نمایشگاه بمنزله کارت شناسایی یک شرکت و غرفه دار است.



## EXHIBITION STAND

## غرفه نمایشگاهی

غرفه در معنی ، ترکیبی احاطه کننده برای محل نمایش یا مکانی برای فروش کالا و ارائه خدمات است .

غرفه ، اصولاً الگویی از کار شرکت کننده است هر چه استادانه تر در طراحی و چیدمان عمل گردد به همان نسبت واقعیت شرکت بهتر انعکاس می یابد و باید به شکلی طراحی ، ساخته ، چیدمان و اداره گردد که به مثابه یک ویتترین ، فلسفه وجودی و موضوع فعالیت شرکت را به نمایش بگذارد .

بطور خلاصه می توان عنوان نمود یک غرفه نمایشی باع دارای ویژگیهای زیر باشد

- ۱ - دارای جذابیت لازم
- ۲ - هماهنگ با نوع کالاهای نمایشی
- ۳ - وضعیت مکانی مناسب
- ۴ - قابل درک بودن پیام طراح برای بیننده
- ۵ - طراحی مناسب با کالاهای قابل ارائه





## اندازه غرفه

تعیین اندازه یک غرفه بر اساس ذوق و سلیقه نیست و صرف بزرگی غرفه به اعتبار شرکت نمی‌افزاید و کوچک بودن نیز ممکن است نتواند اهداف شرکت را محقق نماید لذا برای تعیین اندازه مورد نیاز یک غرفه می‌بایست تعداد کالاهای نمایشی، اندازه و حجم و نحوه ارایه آنها، نیاز به فضای مذاکره و تشریفات و ..... را در نظر گرفت و اندازه غرفه را بطور نسبی محاسبه نمود.

## انواع غرفه و تقسیم بندی فضای غرفه

برای اینکه بتوان حداکثر بهره برداری را از فضای غرفه نمود لازم است غرفه بر اساس نیازها و محدودیتها با نقشه دقیق و حساب شده ای تقسیم بندی گردد. چگونگی تقسیم بندی غرفه می‌تواند با توجه به نوع فعالیت و اهداف شرکتها متفاوت باشد. فضای غرفه می‌تواند به تعدادی و یا همه موارد زیر تقسیم شود.

- فضای نمایش کالاها
- فضای بخش اطلاع رسانی
- فضای مذاکره و مشاوره
- فضای نمایشهای تصویری
- فضای مبلمان اداری
- فضای خدمات و پذیرایی
- فضای انبار یا لوازم اضافی
- فضای آموزش

بطور معمول فضای غرفه ها را می‌توان به چند بخش بدون در نظر گرفتن مساحت آنها تقسیم بندی نمود

## بخش اطلاعات

در این بخش که معمولاً در ابتدای غرفه است برای آشنایی و اطلاع رسانی شرکتها با بازدیدکنندگان می‌باشد و از قسمتهای مهم جهت جذب مخاطب و رسیدن به اهداف شرکتها می‌باشد. در این بخش ارایه بروشورها و هدایای کوچک شرکتها و راهنمایی بازدیدکنندگان و پاسخ به آنها در حد اطلاع رسانی انجام می‌پذیرد و میتواند بعنوان پیشانی شرکتها جهت نمایش شخصیت شرکت و جذب بازدید کننده عمل نماید.



## بخش نمایش

فضای نمایش از ارکان اصلی غرفه محسوب می‌گردد در این بخش ارایه خدمات، کالا و یا ماکت محصول انجام می‌پذیرد در این قسمت ارتباط مسئول غرفه و یا کارشناسان بخش فروش و فنی با بازدیدکنندگان و خریداران برقرار می‌گردد. بازدیدکننده از نزدیک با محصول و اهداف حضور شرکت آشنا شده و نحوه تعاملات بعدی پایه گذاری خواهد شد. در این بخش نحوه کار ماشین آلات را نیز میتوان نمایش داد و اطلاعات تخصصی تر را در اختیار مشتری قرارداد. در صورت عدم وجود فضا جهت بخش مذاکره و مشاوره تمام مراحل انجام کار در این بخش انجام خواهد پذیرفت. با طراحی مناسب، فضای نمایش تصویری در این بخش قابل اجرا خواهد بود

## بخش مذاکره و مشاوره

این بخش نقش مهمی در بازاریابی و فروش کالا و خدمات و رساندن مشتری به مرز آمادگی جهت فروش و انعقاد قرارداد دارد. در این بخش قابلیت های محصول، توانمندی شرکت و توضیحات کامل توسط گروه و یا فرد مذاکره در اختیار مشتری قرار می‌گیرد و مذاکره اولیه، توافق نامه و احیانا امضای پیش قرارداد و اهدای هدایای شرکت و کاتولوگ های تخصصی انجام خواهد پذیرفت. طراحی این بخش می تواند متفاوت و با الهام از اتاق جلسات و مذاکرات شرکت و دارای امکانات مناسب و راحت باشد. در این بخش اگر فضا، وسعت لازم را داشته باشد می توان بخشی را جهت پذیرایی مهمانان خاص و برای انعقاد نهایی قرارداد تدارک نمود.

## بخش پشتیبانی

بخش پشتیبانی شامل دو ناحیه می باشد

- ناحیه قابل رویت : شامل مبلمان اداری و بخش پذیرایی مدعوین و بازدیدکنندگان می باشد
- ناحیه غیر قابل رویت : شامل فضای نگه داری تجهیزات و لوازم اضافی، فضای آبدارخانه، فضای استراحت و ...



این بخش با توجه به وسعت غرفه و امکانات شرکتها متفاوت خواهد بود و طراحی واحد های آن می تواند در صورت بزرگ بودن بصورت مجزا و مستقل انجام پذیرد

### بخش آموزش

این بخش با توجه به اهمیت بحث آموزش و استفاده بهینه از بعد تبلیغات و شناساندن شرکت و محصولات آن ، در صورت داشتن فضای کافی ، محلی را در غرفه به این امر اختصاص می دهند و در آنجا علاوه بر معرفی شرکت ، طرز کار و روشهای اجرایی و تخصصی مربوطه و یا نحوه ارائه خدمات را رایگان آموزش می دهند .



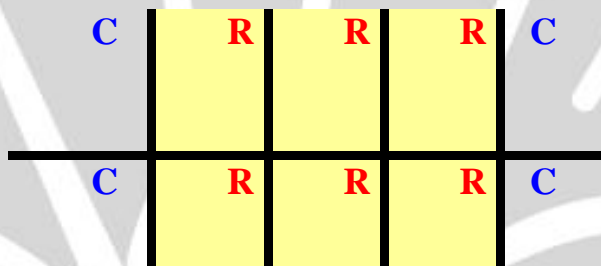


## انواع غرفه

گرفه ها با توجه به موقعیت قرار گرفتن تعاریف مختلف و تقسیم بندی جداگانه دارن همانند غرفه در فضای سرپوشیده (سالن) Covered Aria و غرفه در فضای باز Open Aria ، ولی از نقطه نظر زوایای نمایشی ، غرفه ها بترتیب زیر تعریف می شوند .

- غرفه معمولی یا ردیفی ( خطی Linear stand ) این Row Stand

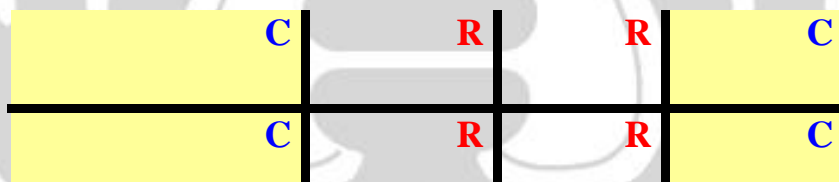
گرفه از سه طرف با غرفه های مجاور دارای دیواره مشترک و همجوار است و از یک طرف به راهرو مشرف و قابل رویت بازدیدکنندگان می باشد که به غرفه یک بر نیز معروف است . پهنا و عمق این گونه غرفه ها متفاوت است و غرفه ای با عرض بیشتر، اگر عمق مناسب داشته باشد از مقبولیت بالاتری برخوردار است . به این غرفه ها بدلیل قرار گرفتن در کنار یکدیگر و یک ردیف ، غرفه ردیفی نیز اطلاق می شود .



### Corner Stand

گرفه نبشی ( گوشه )

این غرفه ها از دو طرف با غرفه های دیگر همجوار و دارای دیواره مشترک و از دو طرف دیگر به سمت راهرو می باشند و با توجه قابل رویت بودن از دو طرف ارزش بالاتری دارند و طراحی و چیدمان آن مشکل تر و گران تر می باشد . به این گونه غرفه ها دو بر و دو نبش نیز اطلاق می شود



### End Stand

- غرفه شبه جزیره ای ( انتهایی )

این گونه غرفه ها سه وجه قابل رویت برای بازدید دارند و از یک طرف مسدود می باشند و به همین دلیل از مرغوبیت بالای برخوردارند و بازدید کننده بیشتری را جذب می نمایند . به این غرفه ها با توجه به اینکه از سه طرف به راهرو راه دارد غرفه سه بر نیز اطلاق می شود .

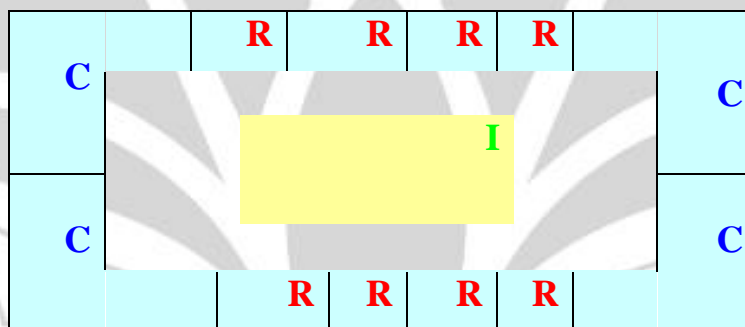




### Island Stand

- غرفه جزیره‌ای

این گونه غرفه از چهار طرف به راهرو راه دارد و از تمام زوایا قابل دید و دسترسی می باشد .  
 غرفه جزیره‌ای ارزش بالایی در بعد نمایش و تبلیغات دارد و از مرغوبیت بسیار مناسبی برخوردار است .  
 غرفه جزیره‌ای اغلب برای نمایش ماشین آلات و صنایع سنگین مورد بهره برداری قرار می گیرد و برای کالاهای دیگر نیاز به طراحی ویژه دارد تا اثر بخشی مناسب را داشته باشد .





## طراحی غرفه

خلاقیت و هنر بهتر زیستن در فضا و زمان محدود، می‌تواند اولین ایده جهت طراحی غرفه نمایشگاهی باشد.

چرا طراحی غرفه در فرایند برگزاری نمایشگاه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؟ زیرا اگر غرفه‌ای بدرستی و کامل طراحی شده باشد در ازدحام و شلوغی دوران نمایشگاه می‌تواند پیام غرفه‌دار و یا شرکت را با تاثیر گذاری قوی به مخاطب مورد نظر برساند و با توجه به زمان محدود بازدیدکننده از غرفه ( ۵ الی ۲۰ دقیقه ) بتواند تاثیر گذاری ماندگار در یک موقعیت رقابتی بوجود بیاورد.

استفاده از عناصر و مولفه‌های نظیر نور، رنگ، فرم و ... که بیانگر عقاید مرتبط با فعالیت‌های بشری بوده و نگرش، احوال و شخصیت انسانها را تحت تاثیر قرار می‌دهند می‌بایست هدف اصلی طراحی غرفه و چیدمان محصولات آن باشد تا به به بود عملکرد فیزیکی و روانی، دست‌یابی به اصول زیبا شناسانه فضای داخلی محقق گردد.

طراحی غرفه، حساس‌ترین مرحله حضور در نمایشگاه به حساب می‌آید میزان موفقیت در این مرحله روی موفقیت دیگر مراحل بسیار موثر است در نتیجه گذر از این مرحله توجه زیادی را طلب می‌کند.

اصول موفقیت، به عوامل انسانی، تفکر، خلاقیت و نوآوری در ارتباط با شناخت محیط و واقعیات، شرایط، زمان و مکان برگزاری نمایشگاه بستگی دارد. بنابراین واگذاری امر طراحی به هر کسی جایز نیست و باید دقت لازم را در انتخاب طراح نمود.

## انتخاب طراح

انتخاب طراح از وظایف مهم شرکت کننده می‌باشد و با توجه به نوع نمایشگاه‌های قابل برگزاری در جهان ( عمومی - تخصصی - اختصاصی - اکسپو - فروش ) و تنوع کالایی مربوطه باید دارای تجربه کافی و ویژگیهای از قبیل:

- دارای ذهنیت نمایشگاهی باشد
- ترجیحا دکوراتور و طراح صحنه باشد
- خوش فکر و خوش ذوق و سلیقه باشد
- دارای تجربه مناسب در طراحی غرفه‌های نمایشگاهی باشد



- با تفکر شرکت کننده (مدیر غرفه) همراه باشد  
طراح در هنگام طراحی باید از خود بپرسد آیا آنچه را که انجام می‌دهد یا به نمایش می‌گذارد، شرکت را در رسیدن به اهداف خود رهنمون می‌نماید.  
لازم بذکر است که اگر طراح یا طراحان در کار خود از تخصص و تجربه کافی برخوردار نباشند تاثیر منفی کارشان با توجه به زمان محدود جبران ناپذیر خواهد بود. چرا که طراحی غرفه تلفیقی است از فن و هنر و از اصولی اساسی پیروی می‌کند طراح باید از یک طرف با دقت و ظرافت خاصی و با رعایت مسایل ایمنی، تجهیزات و نیازهای فنی همچون برق، آب، استند های نمایشی و... را تامین نماید و از طرف دیگر عوامل روانی، زیبا شناسی و فرهنگی را در طراحی خود دخالت دهد.

## آشنایی طراح با جزئیات

طراح غرفه هنگام ساخت باید به ریزه کاریهای زیادی توجه داشته باشد پس از انتخاب طراح، مدیر غرفه یا مسئول نمایشگاه باید جزئیات کار را برای او تشریح کند و اطلاعات ذیل را در اختیار او قرار دهد

- مشخصات دقیق کالاهای مورد نمایش (ابعاد، وزن و رنگ و...)
- تعداد افراد شاغل در غرفه
- نحوه استقرار کارکنان و وظایف هر یک
- محل استقرار تجهیزات جهت ارائه و نمایش
- تعداد بازدیدکنندگانی که همزمان می‌توانند در غرفه مذاکره یا بازدید داشته باشند
- تعداد مدعوین یا مهمانان خاص
- فضای مورد نیاز برای انبار کردن یا نگه داری کالا در غرفه
- اطلاعات لازم در مورد برق، آب، تلفن و سایر خدمات مورد نیاز
- قوانین و مقررات سازمان برگزار کننده



## عوامل موثر در طراحی غرفه

چندین پارامتر در طراحی غرفه نقش موثر دارند که می‌توان به موارد زیر اشاره نمود

- موقعیت شرکت در ارتباط با بازار و رقیبان
- ویژگی‌های اقلیمی و فرهنگی محل برگزاری
- تعدد کالاهای مورد نمایش (پرهیز از تراکم کالا)
- بودجه اختصاص یافته برای طراحی و ساخت
- تناسب غرفه با اهداف مشارکت
- پیام مورد نظر - احساسی که مایلیم در ذهن بیننده ایجاد کنیم

## نکات مهم در طراحی غرفه

در طراحی غرفه موارد زیر را باید مورد توجه قرارداد.

- سادگی و سهولت در ارائه طرح
- مسایل فنی از قبیل ( نور - رطوبت - مسیر ورود و خروج - مقاومت کف و ... )
- تمایز غرفه مورد نظر نسبت به سایر غرفه‌ها
- رعایت فضای مورد نیاز ( مذاکره - نمایش کالا و ... )
- رعایت تناسب وسعت غرفه نسبت به غرفه‌های مجاور
- محل و موقعیت غرفه
- انتخاب معقول همسایگان مجاور

## محدودیت‌های طراحی

هر طراح در حوزه کار خود با عوامل محدود کننده‌ای روبرو است که آزادی عمل را از او سلب می‌کند. مهمترین عامل محدود کننده هزینه‌ای است که غرفه دار برای طراحی و ساخت غرفه در نظر گرفته است. عوامل دیگر عبارتند از:

- میزان مجاز باری که می‌توان در کف سالن نمایش قرارداد
- میزان ارتفاع مجاز که توسط نمایشگاه یا سازمان دهنده تعیین می‌گردد





- ابعاد ناحیه ای که غرفه در آن ساخته می شود
- تعداد کارکنان غرفه
- وجود موانع فیزیکی ( ستون و...) در محل غرفه
- موقعیت غرفه در سالن و کل نمایشگاه

## امکانات و تجهیزات مورد نیاز جهت طراحی و ساخت غرفه

همانگونه که قبلا بیان گردید طراحی غرفه تلفیقی است از فن و هنر ، لذا وسایل مورد نیاز برای این کار نیز سنخیتی فنی و هنری خواهد داشت.

امکانات لازم برای طراحی و ساخت غرفه مواردی است از قبیل آب ، برق، وسایل سمعی بصری، تجهیزات اداری ، وسایل تزئینی و وسایل رفاهی و پذیرایی که مورد استفاده قرار می گیرد.

در خصوص مسایل فنی کالاها و دستگاههای نمایشی ، از نظرات مشورتی مهندسين و کارشناسانی که مسئول نمایش یا معرفی کالا می باشند بهره برداری می گردد که از غرفه ای به غرفه دیگر با توجه تنوع کالایی ، فرق می کند ولی نحوه چیدمان ، نور پردازی ، نوع رنگ و مسایل گرافیکی که جنبه هنری دارد توسط دکوراتورها انجام می پذیرد . در این خصوص می توان موارد زیر را اشاره نمود.

### رنگ :

رنگها از عوامل مهم جذب مخاطب هستند و در خاطره ها باقی می ماند . وسایل و تجهیزات و مبلمان و لوازم بکار گرفته شده در غرفه باید دارای رنگ و کیفیت ظاهری مناسب باشند . استفاده از رنگهای مختلف در غرفه و چیدمان کالا باید همخوانی لازم را با یکدیگر و با موضوع اصلی نمایش غرفه داشته باشند . در استفاده از رنگها باید خصوصیات فرهنگی محل نمایش و تاثیر روانی آنها در روی بازدیدکنندگان و افراد غرفه را در نظر داشت . استفاده از رنگهای گرم و شاد در غرفه جلب توجه بیشتری می نماید اما در نمایش کالا تطابق رنگ با نوع کالا اثر بخش تر خواهد بود برای مثال استفاده از رنگ قرمز برای کالاهای گرمازا و رنگ آبی برای کالاهای سرما آفرین سفارش می شود .



## نور:

نور نیز همانند رنگ از عوامل مهم جهت جذب مخاطب می باشد با نورپردازی می توان جذابیت غرفه را افزایش داد . با نورپردازی مناسب علی‌الخصوص نور ملایم می توان فضایی آرام بوجود آورد و یا فضای آرام درون غرفه را از فضای شلوغ بیرون متمایز نمود اگر چه در جاهایی از درون غرفه ، می بایست نوری متفاوت تر و با شدت بیشتر و رنگ مشخص تر استفاده نمود . استفاده از رنگهای متنوع در نورپردازی توصیه نمی گردد زیرا ممکن است توجه مخاطب را از کالا به سوی دیگر معطوف نماید.

در نورپردازی با توجه به تاثیرات گوناگون نورهای مختلف ، باید تاثیرات روحی و روانی و میزان تولید گرما و یا آتش زان بودن آنها را مد نظر داشت . در پردازش نور باید دقت نمود که بیننده دچار خیرگی نشود و از زوایای مختلف بتواند کالا یا دستگاه مورد نظر را بطور مطلوب مشاهده نماید . در نورپردازی از لامپها و پرژکتورهای با قابلیت های تولید نور زرد ، نور آبی و ... و فیلترهای مختلف استفاده میگردد که هر کدام خصوصیات و کاربرد خاص خود را دارند و با توجه به نوع کالا ، دستگاه و نوع نمایشگاه متفاوت خواهد بود .

## وسایل سمعی و بصری:

استفاده و بکارگیری صحیح وسایل سمعی و بصری علاوه بر بالا بردن جذابیت غرفه می تواند اطلاعات مناسب و کاملی در اختیار مخاطب قرار دهد و نیاز به مذاکرات طولانی و بیان تمام مسایل نخواهد بود . از این لوازم می توان در نمایش کالاهایی که امکان نمایش در غرفه را نداشته اند ، فراهم گردد . ارائه فیلم های از سوابق اجرایی در بخش تولید و خدمات نقش مهمی در اثر بخشی مذاکرات خواهد داشت .

## گرافیک :

با بهره گرفتن از این علم می توان پیام مورد نظر و یا اهداف مشارکت در نمایشگاه را به بیننده القا نمود . طرحهای ساده و واضح اثر بخشی بالاتری دارند و از سردرگم و خسته نمودن مخاطب جلوگیری می نماید ارئه اطلاعات باید در این بخش به موارد ضروری منحصر گردد .



## Shell Stand(shellscheme )

## غرفه استاندارد ( تیپ )

در اغلب نمایشگاه‌های برگزاری با غرفه تیپ سرو کار داریم که بصورت مشابه هم به شرکت کنندگان با توجه به درخواست آنان واگذار می‌گردد تا شرکت کنندگان در آن فضا کالاهای خود را به نمایش بگذارند اینگونه غرفه ها هزینه های طراحی و ساخت بمراتب کمتری از غرفه های که برای هدف خاص طراحی شده دارند . با توجه ساخته شدن این غرفه ها از قطعات پیش ساخته و استاندارد ، و قابل مونتاژ شدن آنها، به سیستمهای مدولار modular systems نیز مشهورند . در این روش غرفه در زمان کوتاه ساخته و جهت چیدمان کالا آماده میگردد و از این لحاظ دارای راندمان فوق العاده ای است .

## غرفه با ساخت و ساز خاص

باتوجه به اینکه یک غرفه نمایشگاهی باید بتواند در زمانی اندک حضور مخاطب در نمایشگاه جذابیت لازم را برای جذب او داشته باشد و او را ترغیب به بازدید از غرفه نماید و طراح بلحاظ امکانات بیشتر اجرایی در روشهای ذکر شده در زیر و بکار گیری موثرتر ابزارهای گرافیکی ، نور و .... می تواند به اهداف مشارکت و ارائه پیام مورد نظر سریعتر دست یابد و غرفه ای مناسب، و مشارکتی موثرتر بوجود آورد .

اینگونه غرفه ها را به چند روش با توجه به نوع مصالح و طرح می توان تقسیم بندی نمود

### - ترکیبی

در این روش از مصالح سنتی و سیستمهای پیش ساخته بصورت ترکیبی جهت ساخت غرفه استفاده می‌گردد

### - پیش ساخته

در این روش از قطعات پیش ساخته ( آلومینیومی - فولادی ) و پانل های متفاوت و با طرحهای ویژه جهت ساخت غرفه استفاده می‌گردد . امروزه با توجه به رشد صنعت غرفه سازی و متنوع شدن قطعات تولیدی و امکان اجرای طرحهای مختلف ، در اکثر نمایشگاهها از این روش استفاده می‌گردد .



## - سنتی

در این روش از مصالح و مواد سنتی همانند آجر ، چوب و ... جهت ساخت غرفه استفاده می‌گردد.

## انتخاب پیمانکار ساخت

در بسیاری از مواقع پیمانکاران ساخت را طراحان با توجه به شناخت از توانمندی اجرای طرح مورد نظر معرفی می‌کنند و نظارت بر کار را به عهده دارند . در هر صورت مدیر غرفه یا مسول نمایشگاه با توجه به داشتن مسئولیت نهایی کار باید اطمینان حاصل نماید که:

- پیمانکار مورد تایید سازمان برگزار کننده می باشد ، و تاکنون اجرای موفق داشته است یا خیر
- کارساخت غرفه در خارج از نمایشگاه انجام و سپس در نمایشگاه اسمبل میگردد یا عملیات ساخت و ساز در نمایشگاه انجام خواهد پذیرفت .
- چگونه می تواند بر پیشرفت کار و رسیدن به خواسته های شرکت نظارت نماید
- پیمانکار به اندازه کافی زمان برای ساخت غرفه دارد ( کارهای متعدد نداشته باشد)
- پیمانکار تا چه حد برای ساخت به پیمانکاران دیگر متکی است و کیفیت کار آنان تا چه حد است