

MESSEPLANUNG

ZWÖLF BIS NEUN MONATE VOR MESSEBEGINN

Unternehmensziele bzw. Erwartungen für die Messe festlegen

Produkte / Dienstleistungen für Messebeginn prüfen

Wirtschaftssituation prüfen

Kostenerwartungen evaluieren

Teilnahme an der Messe entscheiden

Freigabe des Budgets beantragen

Verantwortlichen für die Messe ernennen

Interne Koordination in die Wege leiten

NEUN BIS SECHS MONATE VOR MESSEBEGINN

Ausstellungsbedingungen bzw. -unterlagen anfordern

Standgröße definieren

Anmeldung/Zuteilung für die Messe bearbeiten

Entsprechende Exponate für den Stand auswählen

Stand planen

SECHS BIS DREI MONATE VOR MESSEBEGINN

Messebaufirma auswählen

Außenwerbung bzw. Werbegeschenke gestalten

Briefing mit der Messebaufirma abhalten

Auftrag erteilen

Messekatalog-Eintrag in Auftrag geben

Begleitende Werbemaßnahmen festlegen

Präsentation der Messebaufirma absegnen

Externe Mitarbeiter anheuern

DREI BIS EIN MONAT VOR MESSEBEGINN

Kataloge, Prospekte, Flyer etc. in Auftrag geben

Kommunikationsleitungen / Strom / Wasser anfordern

Standbesetzung festlegen

Einladungen an Kunden ausschicken

Erstes Briefing des Standteams abhalten

Namensschilder ausgeben

Presse- und Medienarbeit erledigen

AUF DER MESSE

Arbeit der Messebaufirma abnehmen

Besucherbefragungen durchführen

Erfolgskontrollen durchführen

Mitbewerber beobachten

Abbau und Rücktransport überwachen

Analysieren, wieviel Prozent der Unternehmensziele erreicht wurden

Messeberichte und Kundenkontakte nachbearbeiten

Kostenverbrauch erfassen

ROI feststellen

Beteiligung für die nächste Messe entscheiden

Abschlussbericht/Dokumentation verfassen

MESSEZIELE

GRÜNDE FÜR DIE MESSEBETEILIGUNG

Neue Märkte kennenlernen bzw. erschließen

Konkurrenzfähigkeit überprüfen

Kooperationen anbahnen

Entwicklungstrends erkennen

Wettbewerber kennenlernen

KOMMUNIKATION

Anzahl der Kontakte ausbauen

Neue Kundengruppen kennenlernen

Bekanntheit bei den Zielgruppen steigern

Pflege der bestehenden Kontakte

PREISE UND KUNDENKONDITIONEN

Mit überzeugenden Serviceleistungen auftreten

Spielräume bei Preisen ausloten

DISTRIBUTION

Verkaufserfolg anstreben

Vertriebsnetz ausbauen

PRODUKTE/LEISTUNGEN

Neue Produkte bzw. Leistungen vorstellen

Weiterentwicklungen von Produkten vorstellen

Akzeptanz eines Produkts / einer Leistung testen

MESSESTAND

ANGEBOT

Produkte / Leistungen präsentieren

Spezielle Neuheiten vorstellen

Informationen, Werbegeschenke und Give-Aways verteilen

BOTSCHAFT

Know-How des Unternehmens zeigen

Exklusivität bzw. Qualität der Produkte / Leistungen verstellen

Image des Unternehmens / der Marke verbessern bzw. verankern

PLATZIERUNG

Hallenlage und -größe berücksichtigen

Branchenumfeld einbeziehen

Besucherlenkung in der Halle prüfen

STANDKONZEPT

Standgröße entscheiden

Standtyp aussuchen

Infrastruktur (Elektrizität, Wasser, Telekommunikation etc.) planen

Passendes Mobiliar beschaffen

Attraktionen berücksichtigen

Standauf- und abbau organisieren

STANDGESTALTUNG

Neuheiten in den Vordergrund stellen

Anziehungspunkte schaffen und auf das Wesentliche beschränken

Maxxi-Print Großbildlösungen GmbH | www.displayhersteller.de 43

Stand schon aus der Entfernung gut sichtbar machen

Unverwechselbare Optik mit der CI des Unternehmens schaffen

Mobiliar und Inventar an den Stand anpassen

AKTIONEN

Produktpräsentationen bzw. Videos erstellen

Wettbewerbe bzw. Verlosungen vorbereiten

Gespräche mit Talkmaster / Show-Einlagen vorbereiten

EDV VOR ORT

Informationen erfassen bzw. zur Erledigung weiterleiten

Mit dem Geschäft vernetzen

Bestellungen veranlassen