

Messeauswertung

Die Messeauswertung sollte frühestens sechs Monate nach der Messe beginnen, da die Verträge größtenteils erst nach der Messe geschlossen werden. Die Auswertung gibt Aufschlüsse darüber, ob die Kosten für die Messe in einem guten Verhältnis zu den Kontakten stehen. Außerdem kann überprüft werden, ob die richtige Zielgruppe erreicht wurde oder die Strategie leicht verändert werden sollte, um erfolgreicher zu sein.

Instrumente der Messeauswertung

- Besuchs- und Kontaktberichte
- Presseberichte
- Aussteller- und Besucherbefragung des Messeveranstalters
- Feedback des Messeteams
- eigene Wettbewerbsbeobachtung

Kriterien der Messeauswertung

Quantitative Auswertung

- nach Kontakten
- nach Kontakten im Verhältnis zur Anzahl der Besucher
- nach Anzahl der Messebesucher pro Tag

Qualitative Auswertung

- nach Kundenart (Altkunde, Interessent, Neukunde)
- nach Interessenschwerpunkten
- nach positiven und negativen Stimmen der Besucher am Stand
- nach Meinung der Mitarbeiter