

Messevorbereitung

Von der Messevorbereitung hängt maßgeblich auch der Erfolg Ihrer Messteilnahme ab. Deshalb sollten Sie frühzeitig auf die wichtigen Eckpunkte achten und deren Umsetzung in die Wege leiten. Bei einer zu knappen Planung besteht die Gefahr, dass etwas in Vergessenheit gerät oder nicht mehr zu realisieren ist und Ihr gesamter Messeauftritt darunter leidet.

1. Definieren Sie Ihre Messeziele und Ihre Zielgruppe. So können Sie ein passendes und klares Standkonzept erarbeiten. Das hilft Ihnen dabei, die Messebesucher auf Sie aufmerksam zu machen und auf Ihren Stand zu bringen. So bekommen Sie die Gelegenheit zu einem ausführlichen Gespräch über Ihre Produkte und Dienstleistungen.

2. Legen Sie **Kriterien** fest, auf die Sie besonders viel Wert legen. So können Sie nach der Messe Ihre Teilnahme auf diese Kriterien hin untersuchen. Für eine solche Untersuchung benötigen Sie Zahlenwerte. Eventuell müssen Sie dafür einen Fragebogen erstellen. Sie können Ihre Fragen auch in einen Kundenkontaktbogen einarbeiten.

3. Sobald Ihr **Standkonzept** in groben Zügen steht, bestellen Sie die Standfläche und beauftragen einen Messebauer. Wer frühzeitig bestellt, bekommt noch Rabatt und kann seinen Standplatz aussuchen. Zu diesem Zeitpunkt ist auch noch eine Vielzahl an Standausstattungen verfügbar.

4. Je weiter Ihr Standkonzept ausgereift ist, umso wichtiger wird es, sich Gedanken über passende **Werbeartikel** zu machen. Werbeartikel erleichtern den Kontakt zum Kunden und sind ein Einstieg in ein vertiefendes Gespräch. Der Werbeartikel sollte zum Konzept passen und Ihre Besonderheiten widerspiegeln. Bitte denken Sie daran, dass die Lieferzeiten oft mehrere Wochen lang sind.

5. Spätestens zwei Monate vor der Veranstaltung sollte der komplette **Messeauftritt** geplant und alles in Auftrag gegeben sein. Jetzt ist der Zeitpunkt, Ihren Messeauftritt bekannt zu machen und bestehende Kunden und Interessenten einladen. Dazu können verschiedene Kanäle genutzt werden:

- a) Presseinformationen
- b) Anzeigen
- c) Mailing
- d) E-Mail
- e) Persönlich (Telefon, Besuch eines Außendienstmitarbeiters)
- f) Homepage

6. Ihr **Standpersonal** sollte über Besonderheiten und die Grundlagen des Auftretens auf dieser Messe informiert werden.

7. Achten Sie darauf, dass genug **Werbematerial** vorhanden ist.

8. Kurz vor der Messe werden nur noch **interne Vorbereitungen** getroffen werden. Erstellen Sie eine Liste mit allen wichtigen Telefonnummern, die an alle Beteiligten verteilt wird. So können Fragen oder Probleme schnellstmöglich geklärt werden.