

22. – 26. APRIL 2024

IHR WEG ZUM MESSEERFOLG



CHECKLISTE FÜR DIE HEISSE PLANUNGSPHASE

Von der Konzeptphase direkt in die Umsetzung: Unsere Messe-Checkliste unterstützt Sie bei Ihrer Planung und erinnert an die wichtigsten Steps für Ihren erfolgreichen Messeauftritt.

WAS SIE IN DER KONZEPTPHASE KLÄREN

- Die **Zielsetzung** Ihres Messeauftritts: Was wollen Sie erreichen?
- Den **Produkt- oder Themenfokus**: Was wollen Sie präsentieren?
- Die **Zielgruppe**: Wen wollen Sie erreichen?
- Die **Kommunikationslinie**: Was wollen Sie vermitteln?

STAND UND -AUSSTATTUNG

- Mietsystemstand buchen** oder eigenen **Standbau beauftragen**
- Standgestaltung** im Corporate Design (Deckenabhängungen, Logoanbringungen, Bedrucken der Standwände, Fußbodenfarbe und -art etc.)
- Standmöblierung** (Stühle, Counter, Tische, Loungemöbel etc.)
- Dekoelemente** (Pflanzen, Aufsteller etc.)

TECHNIK UND LOGISTIK

- Stromanschluss** inklusive Verbrauch, Wasser und Abwasser
- WLAN** und Telefonie
- Veranstaltungstechnik (Beleuchtung, Soundanlagen, Bildschirme etc.)
- Anlieferung klären** (Transport, Parkscheine, Auf- und Abbauzeiten etc.)

Tipp: Viel Standfläche oder Sonderkonstruktionen? Klären Sie, ob Ihr Stand eine **Standbaugenehmigung** vom Messeveranstalter benötigt.

Tipp: Bei bestimmten Services sind **Bestellfristen** einzuhalten. Stellen Sie sicher, dass Sie rechtzeitig buchen und verschaffen Sie sich einen Überblick über die Fristen im Shop.

KOMMUNIKATION UND EINLADUNG

- e-Tickets** für die Kommunikation mit potenziellen und Bestandskunden verwenden (Einbindung in E-Mail-, Social-Media- oder Bannerkampagnen)
- Kostenlose Werbemittel** downloaden und in Ihre eigene Kommunikation einsetzen
- Ankündigung des Messeauftritts** auf der eigenen Website und den sozialen Medien
- Kundentermine vereinbaren:** Im Shop können Sie 12 Wochen vor der Messe einsehen, welcher Kunde sich bereits registriert hat und telefonisch nachfassen.

Tipp: Ihren Erfolg haben Sie selbst in der Hand. Pflegen Sie Ihre Unternehmens- und Produktpräsentation. So werden Sie im Vorfeld und während der Veranstaltung von Besuchern über die Website, das Ausstellerverzeichnis und die App gefunden!

WERBUNG UND PRESSE

- Online-, Print- und Außenwerbung** buchen
- Sponsoringmöglichkeiten** zur Markenpräsentation und Steigerung der Markenbekanntheit identifizieren
- Pressethemen festlegen und den **Fachmedien** kommunizieren
- Incentives bestellen

Tipp: Bei Werbepätzen schnell sein. Beliebte Standorte für die Außenwerbung oder besonders zugriffsstarke Zeiten für Bannerwerbung auf Websites sind schnell ausgebucht.

PERSONAL UND DIENSTLEISTUNGEN

- Benötigte Ressourcen ermitteln: **externes Personal benötigt?**
- Unterkünfte buchen** und Anreise organisieren
- Standcatering** für die Versorgung von Mitarbeitern, Standpersonal und Kunden buchen
- Bedarf an **zusätzlichen Events** ermitteln und passende Räumlichkeiten sichern

Tipp: Buchen Sie Ihr Standpersonal frühzeitig! Auch Agenturen haben einen begrenzten Pool an Einsatzkräften.

FÜR DEN PERFEKTEN ABLAUF

- Einsatzplan** des Standpersonals
- Packliste für die Messe
- Terminkalender** mit Kundenterminen
- Messebuch mit allen wichtigen Informationen:** Auf- und Abbauzeiten, Kontaktdaten und Ansprechpartner, Messebriefing inkl. Kommunikationslinie, Hotelbuchungen, Tickets, wichtige Adressen und Anfahrtswege

Tipp: Unterkünfte sind zu Messezeiten schnell ausgebucht. Sichern Sie sich daher besonders frühzeitig ein Hotelzimmer oder ein Appartement. Oft gibt es auch Privatunterkünfte, die preiswert und nah am Messegelände sind.

ERFOLGSKONTROLLE

- Übersicht der Neu- und Bestandskontakte und **Start der Follow-up-Kommunikation**
- Ergebnisse messen** und mit den gesetzten Zielen vergleichen

Tipp: Vergleichen Sie im Shop, wer von Ihren per e-Ticket eingeladenen Kontakten tatsächlich zur Messe erschienen ist und nutzen Sie die Messe als Kommunikationsanstoß.