

1. ZIELSETZUNG

MESSEZIELE FESTLEGEN

- Erhöhung oder Halten des Marktanteils mit bestehenden und/oder neuen Produkten
- Förderung des Verkaufs vor Ort Erschliessung neuer Zielgruppen
- Ausbau bestehender Absatzmärkte
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Gewinnung von Marktinformationen
- Networking

2. MASSNAHMEN-PLANUNG

MASSNAHMEN VOR DER MESSE

Werbemöglichkeiten beim Messeveranstalter

- Werbeflächen im Messegelände
- Inserat im Messeprogramm
- Verteilaktionen/Beilage in der Messetasche
- Ticketcode für kostenlose Eintritte
- Eintrittsgutscheine bestellen
- Online Banner
- Newsletter-Beitrag

Firmeneigene Print Werbemittel

- Messesignete für Drucksachen
- Prospekte/Verkaufsunterlagen
- Öffentliche Plakate
- Visitenkarten
- Kleber, Giveaways, Tragtaschen etc.

Firmeneigene Online Werbemittel

- Online Banner
- Eigene Newsletter mit Einladung
- XING-Gruppen, Twitter, Facebook, LinkedIn

Pressearbeit

- Inserate
- Pressemappen mit News, Spezialitäten etc.
- Pressekonferenz
- Medieninformationen mit Werbeträgern wie VIP's
- Standfotos vom Profifotografen

MASSNAHMEN WÄHREND DER MESSE

Messekonzept erstellen

- Messeexterne Rahmen- und Sonderveranstaltungen, Seminare, Pressekonferenzen abchecken
- Sampling an der Messe planen
- Auswahl der auszustellenden Produkte und DL
- Auswahl der Präsentationsmöglichkeiten: z.B. audiovisuelle Präsentation, Wettbewerb, Degustationen, etc.

MASSNAHMEN NACH DER MESSE

- Dankeschreiben an Besucher
- Brief an wichtige Kunden, die nicht an die Messe kommen konnten

3. STANDKONZEPT

RESERVATION/BUCHUNG STANDFLÄCHE/STANDBAU

- Einzelstand oder Gemeinschaftstand
- Reihen-, Eck-, Kopf-, Inselstand oder Aussenfläche
- Eigener Standbau oder Standpackage
- Zus. Flächen oder Seminarräume mieten
- Lagerfläche mieten
- Bestellen von Zusatzleistungen (Strom, Internet, Aufhängungen, Wasser, etc.)

STANDGESTALTUNG PLANEN

- Erscheinungsbild Messestand
- Farbgebung, Lichtführung, Bodenbelag
- Standbeschriftungen/Info-Material besorgen
- Ausstattung planen (Mobiliar, Rollups, etc.)
- Vorschriften beachten: Bauhöhe, etc.

PRÄSENTATIONSTECHNIKEN WÄHLEN

- Audio/Video, Multimedia, Internet, Projektionen, Animationen

STANDAUSSTATTUNG

- Werkzeuge für Notreparaturen organisieren (Verlängerungskabel, Verteilerstecker, Ersatzbirnen, Kabelbinder, Klebeband, etc.)
- Erste-Hilfe-Kasten, Nähzeug
- Garderobe
- Kücheneinrichtung
- Blumen, Pflanzen
- Reinigungsmittel, Staubsauger, Abfalleimer
- Computer/Notebook, Drucker
- Schreibmaterial und Notizblöcke
- Visitenkarten
- Prospekte, Verkaufsunterlagen (ev. mehrsprachig)

4. PERSONALORGANISATION

- Zuständigkeiten, Verantwortlichkeiten definieren
- Projektorganisationsteam bestimmen
- Bestimmung und Schulung des Standpersonals
- Logistikteam bestimmen
- Einsatzpläne schreiben
- Verhaltens- und Bekleidungsrichtlinien festlegen
- Verpflegungs- und Übernachtungsmöglichkeiten organisieren

STANDAUF- UND ABBAU

- Auf-/Abbau des Standes
- Auf-/Abbau der Versorgungsleitungen
- Sind alle gemieteten oder geliehenen Gegenstände zurückgegeben oder abgerechnet worden
- Transportmittel und Fahrzeuge organisiert
- Wie kommt das Verpackungsmaterial und Leergut zum Stand
- Wer bringt die Standfläche in Ordnung

5. TERMINPLAN

- Zulassungen, Versicherungen
- Gestaltungsgenehmigung
- Bezahlen der Standmiete / Zusatzleistungen
- Standauf- und abbau organisieren und Termine vereinbaren

6. MESSEBUDGET

BUDGETPLANUNG ERSTELLEN

Mietkosten

- Standplatzmiete
- Oblig. Gebühren (Marketingpaket, Strom- und Abfallgebühren)
- Standpackage
- Lagerraummiete
- Zusatzleistungen siehe 3.
- Mietmobiliar
- Teppiche
- Mietpflanzen

Werbekosten

- Giveaways
- Audio-/Video-, Internet-, Multimedia-Präsentationskosten
- Pressearbeit
- Einladungen, Gratistickets
- Plakate, Aufkleber, spezielle Prospekte
- Inserate
- Messe-Bekleidung
- Bewirtungskosten

Weitere Kosten

- Zusätzliches Montagepersonal/Standpersonal
- Reise-/Unterkunftskosten/Parkgebühren
- SUISA-Gebühr
- Taggelder/Spesen
- Versicherungen
- Zollgebühren
- Honorare: Grafiker, Messebauer, Fotograf, Dolmetscher, Standbewachung, Standreinigung, handwerkliche Zulieferanten etc.

7. NACHBEARBEITUNG

AUSWERTUNG

- Konnten die richtigen und wichtigen neuen Zielgruppen erreicht werden?
- Sind noch Reklamationen zu erwarten?
- Welche Rechnungen sind noch offen?
- Wie war das Presseecho?
- Wer fertigt den Abschlussbericht an?
- Besucher erfassen
- Termine für das weitere Vorgehen festhalten
- Zusendung versprochener Unterlagen mit Begleitschreiben
- Erledigung versprochener Telefonate
- Informationen an den Aussendienst
- Erstellen einer Kundenliste/Erweiterung der bestehenden Liste
- Abrechnung

BILANZ ZIEHEN

- Wurden die gesetzten Ziele erreicht?
- Wurde das Budget eingehalten?
- Wurden die Erwartungen erfüllt?
- Analyse der Marktbeobachtung
- Optimierungsvorschläge

8. VORSCHRIFTEN

- Versandbestimmungen und -termine
- Verpackung organisieren
- Leergutlagerung während der Messe
- Zollbestimmungen
- Sicherheitsvorschriften
- Transportmittel an der Messe

BESTIMMUNGEN DIE RELEVANT WERDEN KÖNNEN

- Arbeitsrechtliche Bestimmungen
- Feuerpolizeiliche Bestimmungen
- Gewerberechtliche Bestimmungen
- Installationstechnische Bestimmungen
- Standaufbauvorschriften
- Standabbauvorschriften
- Urheberrechtliche Bestimmungen
- Versicherungsrechtliche Bestimmungen
- Wettbewerbs-Vorschriften
- Zollrechtliche Vorschrift