

Grobkonzept für die Messebeteiligung- und Planung

Auf den klar definierten Zielsetzungen, basiert das Grobkonzept für die Messebeteiligung. Mit dem Grobkonzept wird der Rahmen für die Messebeteiligung festgelegt. Folgender Ablauf kann empfohlen werden :

1. Informationen besorgen über die Messe

- Besorgen Sie Dokumentationen vom Messeveranstalter, studieren Sie diese
- Wenn nötig beschaffen Sie weitere Infos z.B. Erfahrungsberichte von Partnerunternehmen und werten Sie diese aus

2. Bestimmung einer Leitidee für die Messebeteiligung

- Umschreiben Sie die verschiedenen Ziele für Ihre Messebeteiligung in einer Leitidee
- Diese Leitidee sollte überzeugen und Sie im Vorhaben Messebeteiligung bestärken

3. Slogan und Key-Visual

Wenn möglich, versuchen Sie aus der Leitidee einen Slogan sowie einen visuellen Eyecatcher (KeyVisual) zu kreieren, welcher durchgehend kommuniziert werden kann.

4. Definition der Massnahmen zur Zielerreichung

- Skizzieren und umschreiben Sie grob Ihre geplanten Massnahmen zur Zielerreichung
- Schreiben sie dabei die Massnahmen nach im Sinne der «Vor-während-nach-Systematik»

5. Messeziele pro Tag

Definieren Sie pro Messetag klare Soll-Zahlen bezüglich Anzahl Kontakte, Interessensmeldungen über bestimmte Produkte, Reklamationen, Offerten, Aufträge und vergleichen Sie diese täglich mit den Ist-Zahlen.

6. Zielgruppenbestimmung

Definieren Sie Ihre favorisierten Zielgruppen / Zielpersonen, die Sie ansprechen wollen.

7. Bestimmung der Ausstellungskomponenten und Dienstleistungen

- Jetzt definieren Sie für Ihre Messebeteiligung die Schwerpunkte des Ausstellungsprogramms sowie den Dienstleistungen
- Definieren Sie die Einrichtungsgegenstände für die Produktepräsentation und Standaktivitäten
- Dabei ist es wichtig, dass Sie die Erwartungshaltung der Messebesucher mit einbeziehen

8. Bestimmung der wichtigsten Kommunikationsmittel

- Definieren Sie die Kommunikationsmittel, welche Sie während des ganzen Messeprojekts einsetzen
- Achten Sie darauf, dass diese aufeinander abgestimmt sind

9. Standfläche definieren

Bestimmen Sie in groben Zügen, wie und was Sie auf Ihrer Standfläche präsentieren möchten und den dafür benötigten Raum.

10. Organisation Transport und Verpackung

- Aufträge für Hin- u. Rücktransport
- Inhaltsspezifikationen
- Kistenbeschriftungen
- Speditionsangebote
- Verpackungsmaterial für Rücktransport
- Versandtermine für Aufbaumaterial
- Versandtermine für Exponate
- Zollpapiere

11. Versicherungen und Entschädigungen

- Anträge Mehr-/ Wochenend-/Nachtarbeit Personal
- Bauabnahme Stand (extern)
- Einbruchversicherung
- Feuerversicherung
- SUISA Urheberentschädigungen
- Haftpflichtversicherung
- Warentransportversicherung
- Versicherung des Standpersonal

12. Organisation des Standabbaus

Zu versichernde Bereiche:

- Personal
- Transport
- Rollmaterial
- Verpackungsmaterial
- Selektion des Abfallmaterials

13. Messtraining

Bestimmen Sie die personelle Besetzung, Zuständigkeiten, Verantwortlichkeiten, Aufgaben, Kompetenzen für die Organisation der Messeaktivitäten sowie:

- Erstellen Ausbildungskonzept
- Erstellen Ausbildungsunterlagen
- Aufwand interner Messtrainer
- Aufwand externer Messtrainer
- Organisation Infrastruktur, Raum
- Miete, Beamer, Laptop, Leinwand etc.
- Verpflegung Messtrainer
- Spesen, Hotelzimmer, Transfer

14. Verkaufshilfen und Werbematerial

Definieren Sie die benötigten Verkaufshilfen und das Werbematerials

- Beschaffung und Produktion der Verkaufshilfen und des Werbematerials
- Visitenkarten Standpersonal
- Bestellformulare, Standardofferten, Preislisten
- Pressemappen, Kataloge, Kundenzeitschriften, Prospekte, Referenzlisten, technische Dokumentationen
- Urne für Wettbewerb
- Give Away und andere Werbegeschenke
- Laptop mit Drucker erleichtern Ihnen Arbeit und können während toten Zeiten zur Messenachbearbeitung eingesetzt werden

15. Konsequente Nachfassaktionen

Planen Sie rechtzeitig das Nachmessegeschäft, damit das Informationsmaterial rechtzeitig verschickt und die persönlichen Kontakte sichergestellt werden. Planen Sie bei Bedarf den Einsatz temporärer Mitarbeiter

16. Wirkungskontrollen vor während und nach der Messe

Anzahl Kontakte, Interessenten, Reklamationen, Offerten, Aufträge Bestellungen, Verkäufe, Termine, Echo generell

17. Kostendach / Grobbudget

Auf Basis der obenerwähnten Punkte 1 bis 7 können Sie für die Messebeteiligung ein Kostendach mit dem Grobbudget erstellen.

Hinweis: Diese Checkliste erhebt nicht den Anspruch an Vollständigkeit. Vielmehr soll Ihnen diese als Hilfestellung dienen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an uns direkt über mail@messemanagement.ch oder rufen uns gleich an unter
Tel: 071 422 80 10

Bischofszell, 25. Februar 2008