

Messeplanung

CHECK-LISTE

für Aussteller



Die folgende Check-Liste gibt einen Hinweis, was für eine erfolgreiche Messe benötigt wird. Die Zeitplanung kann für große oder kleine Messen und bei einer kurzen Vorlaufzeit zwischen der Buchung und Ihrem Messedatum variieren.

Um böse Überraschungen zu vermeiden, erstellen Sie eine Liste aller vorhersehbaren Aktivitäten und Kosten im Zusammenhang mit der Messe.

Diese Liste sollte die folgenden Aufgaben enthalten:

1 Jahr vorher oder bei Buchung	Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
	Bewerten Sie Hallenpläne der Messe und wählen Sie eine Fläche aus.			
	Überprüfen Sie den Ausstellervertrag sorgfältig. Verstehen Sie die Bedingungen, Regeln und die Zahlungsbedingungen. Prüfen Sie Ihre Platzzuteilung.			
	Senden Sie den unterschriebenen Vertrag an den Veranstalter zurück. Machen Sie eine erste Anzahlung.			
	Erstellen Sie eine detaillierte Budgetplanung und prüfen Sie den Return of Invest.			
	Werben Sie Ihre Teilnahme an der Messe oder dem Event auf Ihrer Webseite an.			
	Prüfen Sie die Listung als Aussteller auf der Veranstalter-Website.			

6 Monate vorher oder so schnell wie möglich	Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
	Erstellen Sie eine Messestand Planung und legen Sie Messeziele fest.			
	Wählen Sie Messe-Dienstleister aus (Messedesign, Messebau, Logistik, Catering, etc.).			
	Planen Sie die Werbung vor dem Event oder der Messe.			
	Legen Sie die zu präsentierenden Produkte Ihres Unternehmens fest.			
	Bestimmen Sie Ihr finales Messestanddesign inkl. Layout und Grafiken. Man kann hier einen Messestand/-bau Dienstleister für Design und Produktion beauftragen oder alles selbst machen.			
Nehmen Sie sich Zeit, um ein Ausstellungsdesign zu wählen, was Ihren Bedürfnissen entspricht und auch gut Ihr Unternehmen, Ihre Werbebotschaft und Ihre Fähigkeiten repräsentiert.				

3 Monate im Voraus

Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
Planen Sie das Messepersonal – wichtige Mitarbeiter / Vertriebsmitarbeiter und laden Sie diese zur Veranstaltung ein.			
Prüfen Sie weitere Werbemöglichkeiten auf dem Event oder der Messe z.B. für Produktpräsentationen oder Auszeichnungen.			
Prüfen Sie die Möglichkeiten einen Bereich auf dem Event oder der Messe zu sponsoren.			
Finalisieren Sie Ihr Messestanddesign.			
Lesen und überprüfen Sie das Ausstellerhandbuch. Hinweis: Prüfen Sie noch mal die Termine.			
Senden Sie Ihr finales Messestanddesign zur Prüfung an den Veranstalter.			

2 Monate im Voraus

Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
Reichen Sie das Formular für elektrische Anschlüsse beim Veranstalter ein.			
Bestellen Sie Telefon- und Internetanschlüsse.			
Bestellen Sie einen Visitenkartenleser.			
Bestellen Sie einen Standreinigungsdienst.			
Bestellen Sie die Verpflegung des Standpersonals und auch bei Bedarf Catering für Besucher.			
Bestellen Sie spezielle Lösungen wie z.B. Hanging Banner für Ihren Messestand.			
Holen Sie sich die Erlaubnis vom Veranstalter für besonders große Beschilderung und hohe Sonderbauten.			
Bestellen Sie Multimedia Geräte für den Messestand. Erstellen oder bestellen Sie Namensschilder für das Messepersonal.			
Kümmern Sie sich um die Logistik Ihrer Materialien zum Event oder zur Messe.			
Sortieren oder bestellen Sie Werbemittel für den Messeauftritt.			
Legen Sie die Kleidung für das Event oder die Messe fest.			
Erstellen Sie Demos, Videos oder PowerPoint Präsentationen für den Messestand.			
Erstellen Sie eine Messecheckliste für Ihr Messepersonal.			
Senden Sie erste Einladungen zum Event oder der Messe per Post oder E-Mail an Ihre Kunden.			
Schauen Sie sich noch mal den aktuellen Hallenplan an und achten Sie auf Beschränkungen.			
Buchen Sie die notwendigen Dienstleistungen. Nutzen Sie den Frühbucherrabatt.			
Finalisieren Sie die neuen Grafiken für den Messestand und beginnen Sie mit der Gestaltung.			
Erstellen Sie Audio- und Video-Material.			
Finalisieren Sie die neuen Grafiken für den Messestand und beginnen Sie mit der Gestaltung.			
Erstellen Sie Audio- und Video-Material.			

1 Monat im Voraus	Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
	Bestätigen Sie den Auf- und Abbauplan.			
	Prüfen Sie die Grafiken für den Messestand.			
	Treffen Sie sich mit dem Messepersonal und machen Sie ein erstes Messe- und Ziel-Briefing.			
	Erstellen Sie einen Zeitplan von bestehenden Terminen mit Kunden und Besuchern.			
	Bereiten Sie eine Messemappe vor. Diese sollte folgendes enthalten: Kopien aller Aufträge und Rechnungen, Telefonnummern und Adressen der Dienstleister, Standinformationen, Logistikdokumente, Rücksendungsetiketten.			
	Erstellen Sie Follow-up Pakete für Leads des Events oder der Messe.			
	Weitere Marketingaktivitäten vor dem Event oder der Messe.			
	Prüfen Sie Lagerbestände um ausreichende Muster auf dem Messestand zu haben.			
	Überprüfen Sie die Produktion des Messestandes, der Werbemittel und der bestätigten Versandtermine.			
Finalisieren Sie alle Audio- und Video-Inhalte für die Präsentation auf dem Stand.				

10 Werktage vor Event/Messe	Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
	Finales Messepersonal Training.			
	Bestätigen Sie die Anlieferung Ihres Messestandes und der Werbematerialien.			
	Senden Sie noch mal eine Termin-Erinnerung an Ihre Besucher.			

Während des Aufbaus	Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
	Überwachen Sie den Aufbau des Messestandes und die Bereitstellung aller bestellten Dienstleistungen und Produkte.			
	Prüfen Sie alle Ausstellertickets und Parktickets für das Messepersonal.			
	Überprüfen Sie alle Serviceaufträge und schulen Sie Ihr Messepersonal noch einmal vor Ort.			

Während des Events oder der Messe	Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
	Werben Sie Ihre Teilnahme in Social Media Kanälen (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, etc. mit Bildern vom Messestand) an.			
	Reservieren Sie jetzt schon eine Standfläche für die Veranstaltung im nächsten Jahr.			
	Werten Sie jeden Messetag mit Ihrem Messepersonal aus um die Fortschritte zu sehen.			
	Schauen Sie sich Ihre Konkurrenz an. Finden Sie heraus, was funktioniert und was nicht.			
	Prüfen Sie die Pläne für den Abbau und die Rücksendung.			

Aufgabe	Ja	Nein	Verantwortliche Person
Beaufsichtigen Sie den Abbau des Messestandes und kümmern Sie sich um die Rücksendung.			
Analysieren Sie die Leads und versenden Follow-Up Pakete an Ihre Kontakte.			
Bewerten Sie den Erfolg des Messeauftritts im Vergleich zu den gesetzten Zielen Ihres Messeplans.			
Überprüfen Sie Ihr Budget mit den tatsächlichen Ausgaben auf dem Event oder der Messe.			
Ermitteln Sie den Return of Investment (ROI).			
Erstellen Sie eine Empfehlung für eine erneute Messebeteiligung im nächsten Jahr. Berücksichtigen Sie Verbesserungsvorschläge.			
Erstellen Sie einen Messenachbericht für Ihre Webseite.			
Starten Sie die Planung Ihres nächsten Events oder Messe.			