# STELLE DEIN PROJEKT AUF EINE FESTE BASIS

STAND MAI 2018

## IN UNSEREM LEITFADEN ERFÄHRST DU MEHR ÜBER...

... die Einbeziehung Deiner Marketingstrategie
... die Festlegung von Zielvorgaben
... die Festlegung Deiner Zielgruppe
... die Ansprache Deiner Zielgruppe
... die Bestimmung eines kreativen Leitgedankens
... die Gestaltung Deiner Werbebotschaften
... die Erstellung eines Zeitplans
... realistische Budgetkalkulation
... Deine Personalplanung
... logistische Herausforderungen
... die Einladung von Messebesuchern
... Lead-Management

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller

Nomadic Systems GmbH · Eiffestraße 596 · 20537 Hamburg · Telefon: 040 3070889-0 · info@nomadic-systems.de

# INHALT

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller

1. Marketingstrategie ..... 3
2. Zielvorgaben ..... 4
3. Zielgruppen
   3.1 Definition ..... 5
   3.2 Ansprache ..... 5
4. Kreation
   4.1 Leitgedanke ..... 6
   4.2 Umsetzung ..... 6
5. Organisatorisches
   5.1 Zeitplanerstellung ..... 7
   5.2 Budgetkalkulation ..... 7
   5.3 Personalplanung ..... 7
   5.4 Logistik ..... 7
6. Lead Management
   6.1 Einladung ..... 8
   6.2 Nachbearbeitung ..... 8

## 1. MARKETINGSTRATEGIE

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller

# BEZIEHE MESSEAKTIVITÄTEN IN DEINE AKTUELLE MARKETINGSTRATEGIE EIN!

Dein Marketing kann auf mehrere Arten von zielgerichteten Messeauftritten profitieren. Prüfe, welche der folgenden Fragen auf Dich zutreffen:

- Ich möchte, dass unser in den bestehenden Märkten vorhandenes Angebot weiter ausgebaut oder qualifiziert wird.
- Ich plane, neue oder verbesserte Produkte oder Dienstleistungen in bestehenden Märkten einzuführen.
- Ich plane, unser bestehendes Angebot in neuen Märkten einzuführen.
- Ich plane, neue oder verbesserte Produkte oder Dienstleistungen in neuen Märkten einzuführen.

Sobald Du eine der Fragen mit „Ja“ beantworten kannst, solltest Du hinterfragen, ob Fach- oder Publikumsmessen eine sinnvolle Ergänzung Deiner Marketingpläne darstellen und in welcher Form eine Messepräsentation helfen kann, Deine Ziele zu erreichen.

### Weitere Informationen

Welche Messen passen am besten in mein Marketingkonzept? Unser White Paper „Auswahl der richtigen Messe“ hilft Dir bei der Entscheidungsfindung:

**> White Paper „Auswahl der richtigen Messe“**
**www.nomadic-systems.de/whitepaper/**

ZEITRAHMEN DER MASSNAHME

| 12 | 11 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | MONATE VOR DER MESSE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

ZU 2. ZIELVORGABEN >

## 2. ZIELVORGABEN

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller

# DEFINIERE ERREICHBARE ZIELE!

Nachdem Sie klar definiert hast, welche Aufgabe Dein Messeauftritt innerhalb Deiner Marketingaktivitäten haben soll, müssen als nächstes die Ziele definiert werden, die Du erreichen möchtest.

- Können vorhandene Aktivitäten mit einem Messeauftritt in ihrer Wirkung verstärkt und/oder entlastet werden?
- Können bestehende Aktivitäten mit einem Messeauftritt fokussiert bzw. entlastet werden?
- Kann ein Messeauftritt neue Zielgruppen erschließen?
- Kann eine Messe als Sprungbrett für neue Märkte oder Marktsegmente dienen?
- Können Messeaktivitäten zusätzlichen Umsatz generieren?

Messen können viel bewirken, aber es ist wichtig, dass Du Deine Vorstellungen klar definierst, um im Nachgang eine Erfolgskontrolle durchführen und ggf. Optimierungen für weitere Messeaktivitäten durchführen zu können. Sei dabei realistisch – nur so profitierst Du langfristig.

Lege Deine Zielvorgaben schriftlich fest und informiere die verantwortlichen Mitarbeiter. Es ist essenziell, dass diese Vorgaben konkrete Informationen beinhalten, die Deinem Team als Orientierung dienen und bei der Auswertung verlässliche Werte für Deine Erfolgsmessung liefern.

### i Erfolgskontrolle bei Events und Messen

Um den Erfolg Deiner Messeaktivitäten zu bestimmen, können unterschiedliche Faktoren ausgewertet werden. Ob Umsätze, Weiterempfehlungen oder Imagebewertung, diese 5 Schritte-Anleitung wird Dir helfen, den Erfolg zu messen:

1. Ziele definieren: Lege konkrete und erreichbare Ziele fest (siehe oben).
2. Basis definieren: Für alles, was Deine Messe erreichen soll, benötigst Du einen Basiswert. Je nach Ziel kommen verschiedene Methoden in Betracht. Umsatzzahlen, Umfrageergebnisse oder Interaktionsmessungen können den Ist-Zustand bestimmen.
3. Messverfahren festlegen: Bestimme, welche Methode die geeignetste ist. Umfragen auf der Messe? Interaktionen und Rückmeldungen, z.B. mit Hilfe von Gewinnspielen, Bewertungen oder Online-Aktionen? Umsätze mit Messe-Aktionsware?
4. Messe den Erfolg: Führe Befragungen durch, werte Interaktionen während und nach der Messe aus und miss die Umsätze. Einige Faktoren lassen sich auch nur durch Rückmeldungen der Mitarbeiter vor Ort einschätzen.
5. Analysiere die Messergebnisse: Was hast du erreicht? Welche Ziele waren realistisch? Wo musst du optimieren?

ZEITRAHMEN DER MASSNAHME

| 12 | 11 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | MONATE VOR DER MESSE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

ZU 3. ZIELGRUPPEN >

# SPRICH DIE RICHTIGEN PERSONEN AN!

**3.1 Lege die Zielgruppe fest:** Anhand Deiner Marketingpläne weißt du, wer Deine Kernzielgruppe ist und wer ggf. zusätzlich angesprochen werden soll. Überlege, wen Du davon auf einer Messe ansprechen kannst und richte Dein Messekonzept danach aus.

**3.2 Definiere die korrekte Zielgruppenansprache:** „Den" Messebesucher gibt es nicht. Trotzdem ist es wichtig, Deine Werbebotschaft so zu formulieren, dass sie bei möglichst vielen Besuchern auf offene Ohren trifft.

## i Zu Gast auf meinem Messestand: Wer besucht mich eigentlich?

Auch wenn Fach- und vor allem Publikumsmessen sehr unterschiedliche Personen ansprechen, gibt es doch einige Fakten, die Dir bei der Ansprache Deiner Zielgruppe eine Hilfe sind:

1. Etwa die Hälfte der Messebesucher gehören zu den Entscheidern.
2. Ein Großteil der Messebesucher kommt aus eher kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern, Firmen mit weniger als 10 Mitarbeitern bilden die größte Gruppe.
3. Die wenigsten Besucher planen konkrete Investitionen. Gib Marketing und Kommunikation entsprechenden Raum!
4. Am Interessantesten sind für den größten Anteil der Messebesucher aktuelle Trends und Innovationen. Der Austausch über etablierte Produkte oder die reine Informationsbeschaffung haben einen geringeren Stellenwert.
5. Über die Hälfte der Besucher ist nicht zum ersten Mal auf der Messe. Darum ist es besonders wichtig, Neues zu präsentieren.
6. Besonders Erstbesucher entscheiden sich eher kurzfristig für einen Messebesuch. Nur wenige Mehrfachbesucher planen den nächsten Besuch bereits auf der Messe. Beziehe diesen Umstand in Deine Kommunikation mit ein!

ZEITRAHMEN DER MASSNAHME

| 12 | 11 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | MONATE VOR DER MESSE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

ZU 4. KREATION >

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller

# IDEE, STANDAUSLEGUNG UND DESIGN – WIE DU DEINE ZIELGRUPPE BEGEISTERST

**4.1 Bestimme den Leitgedanken:** Deine Marketingsaktivitäten brauchen einen „roten Faden", der sich durch alle Werbemittel zieht. Er ist die konzeptionelle und kreative Klammer, die unterschiedlichste Maßnahmen, Zielgruppen und Produkte zusammenhält. Er sorgt für Wiedererkennung und festigt das Image Deiner Marke.

**4.2 Mach dir Gedanken über die Umsetzung:** Wie möchtest Du auftreten? Welche Wirkung möchtest Du erzielen? Die Festlegung von Gestaltungsrichtlinien ist zusammen mit der Auswahl des Messestandes ein zentraler Faktor für den Erfolg Deines Messeauftritts.

## Weitere Informationen

Zum Thema „Auswahl des richtigen Messestandes" haben wir ein White Paper entwickelt, das Dir zu diesem wichtigen Schritt beim Planen eines erfolgreichen Messestandes alle wichtigen Informationen an die Hand gibt:

**> White Paper**
**„Auswahl des richtigen Messestandes"**
**www.nomadic-systems.de/whitepaper/**

Unser White Paper „Gestaltung Deines Messestandes" mit den wichtigsten Grundlagen erfolgreichen Messestand-Designs findest Du hier:

**> White Paper**
**„Gestaltung Deines Messestandes"**
**www.nomadic-systems.de/whitepaper/**

ZEITRAHMEN DER MASSNAHME

| 12 | 11 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | MONATE VOR DER MESSE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

ZU 5. ORGANISATORISCHES >

## 5. ORGANISATORISCHES

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller

# EINE GUTE IDEE ALLEIN IST NICHT ALLES

**5.1 Erstelle einen Zeitplan:** Je näher man der Veranstaltung rückt, desto schneller scheint die Zeit zu verfliegen. Damit nicht zum Schluss die Qualität der Hektik geopfert wird, solltest Du einen verbindlichen Zeitplan mit ausreichend Puffer erstellen.

**5.2 Kalkuliere Dein Budget:** Hier gilt das gleiche wie beim Zeitplan – kurz vor der Messe tauchen oft unvorhergesehene Kosten auf, die entweder Abstriche bei der Effizienz oder ärgerliche Mehrarbeit bedeuten. Plane so exakt wie möglich und rechne einen ausreichenden Puffer ein.

**5.3 Wähle das richtige Personal aus:** Der Erfolg Deines Messeauftritts steht und fällt mit dem Personal. Die Mitarbeiter, die Du einsetzt, sind die Botschafter Deines Unternehmens und Deiner Marke und müssen in der Lage sein, mit Know-how, Überzeugung und einem angenehmen Auftreten die Besucher auf Deinem Stand zu betreuen. Wähle das Standpersonal sorgfältig aus und spare nicht an der Schulung Deiner Repräsentanten.

**5.4 Rechtzeitig die Logistik planen:** Wenn Du die Transport- und Lagerlogistik rechtzeitig vor Messebeginn geklärt hast, sparst Du jede Menge Geld und Stress. Der Spediteur Deines Vertrauens ist mit Messetransporten vertraut und bietet Dir den Service, den Su selber nicht leisten kannst. Je früher Du alles in Auftrag gibst, desto größer ist der Verhandlungsspielraum mit dem Dienstleister.

### So berechnest Du die Kosten für Deinen Messestand:

Beachte unbedingt diese Kostenfaktoren:

1. die Ausstellungsfläche
2. das Display (veranschlage 60 Prozent für Hardware, Stand- und Zubehörteile und 40 Prozent für Grafiken)
3. Dienstleistungen wie Versand, Auf- und Abbau, technische Versorgung, Promotions und Sonderveranstaltungen
4. Personal (einschließlich Anreise, Unterkunft, Tagegeld und Zeitausgleich)

### Weitere Informationen

Zur Logistik haben wir ein eigenes White Paper entwickelt, das detailliert alle Aspekte des Themas beleuchtet:

**> White Paper „Logistik“**
www.nomadic-systems.de/whitepaper/

### Unterstützung von den Messe-Profis

Die Nomadic Systems Messeservices helfen Dir beim Kostensparen. Professionelle Unterstützung bei Aufbau, Logistik und allen anderen Leistungen rund um die Messe entlastet dich entscheidend und sorgt für stressfreie Messevorbereitungen.

www.nomadic-systems.de/messeservices/

ZEITRAHMEN DER MASSNAHME

| 12 | 11 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | MONATE VOR DER MESSE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

ZU 6. LEAD MANAGEMENT >

## 6. LEAD MANAGEMENT

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller

# MACHE DEINE BESUCHER ZU KUNDEN

**6.1 Lade Interessenten auf Deinen Messestand ein:** Von der Adressbeschaffung über die Wahl des Mediums bis hin zur inhaltlichen und grafischen Gestaltung Deiner Einladung solltest du nicht nur Dein Produkt im Auge haben, sondern vor allem auf die Bedürfnisse Deiner Besucher eingehen. Beginne mit Deiner eigenen Mailingliste aus Kunden, ehemaligen Kunden und Interessenten und kaufe bei Bedarf sorgfältig ausgewählte Adressen hinzu. Gleiche die Registrierungsliste des Messeveranstalters mit Deiner eigenen Liste ab, um Doppelsendungen zu vermeiden.

Unabhängig davon, ob Du per Post einlädst oder eine E-Mail versendest, achte auf ausreichend Vorlaufzeit und plane ggf. ein Nachfassmailing ein. Lass den Empfänger wissen, was ihn auf der Messe erwartet und warum er unbedingt Deinen Stand besuchen soll. Biete Anreize!

**6.2 Nutze die gewonnenen Kontakte:** Um den Erfolg Deiner Mailings zu messen, ist die Einrichtung eines Lead-Management-Systems unerlässlich. Nur so gewinnst Du verwertbare Adressen, die eine gute Chance bieten, neue Kunden zu akquirieren.

Tipp: Motiviere die Adressaten, Deine Werbepost an den Stand mitzubringen, zum Beispiel mit einem Gewinnspiel oder Giveaways. So einfach ist der persönliche Kontakt hergestellt.

### i 5 Punkte, die Du bei der Gestaltung Deines Einladungsmailings beachten solltest:

1. Entscheide Dich für das passende Medium. Nicht immer ist ein teures Printmailing nötig!
2. Beschreibe Deinen USP und schüre Erwartungen an den Messebesuch.
3. Unterstütze Deine Einladung mit Incentives oder einem Gewinnspiel. So kommen die Interessenten direkt auf den Stand.
4. Achte auf eine klare, aufmerksamkeitsstarke Gestaltung der Werbemittel im Rahmen Deines Corporate Designs.
5. Teaser oder spezielle Messeangebote erhöhen die Aufmerksamkeit und schaffen einen Mehrwert für den Interessenten.

# FRAG UNS!

## BESUCHE UNSERE WEBSITE UNTER WWW.NOMADIC-SYSTEMS.DE

Dort findest Du
- unser Messeprogramm mit Messesystemen, Faltdisplays und Zubehör
- einen Überblick über unsere umfangreichen Serviceleistungen
- Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um das Thema Messe
- viele weitere Produktinformationen und White Paper zum Download

Gern beraten wir Dich persönlich. Rufe uns an unter der Telefonnummer: **040 30708890**

Natürlich beantworten wir auch umgehend Deine E-Mail: **info@nomadic-systems.de**

Nomadic Systems GmbH
Messelösungen direkt vom Hersteller