

Messen im Marketing

Die Messezeit kommt bald. Viele Unternehmerinnen und Unternehmer setzen auf das Instrument Messe. Sei es für eine regionale Gewerbeschau oder internationale Messe. Hier einige Tipps für eine effiziente Messeorganisation und -abwicklung.



Oliver Bühler

Erlebnisökonomie

Die Messe als Marketinginstrument passt perfekt in den Trend zur Erlebnisökonomie. Kunden wollen Produkte, Leistungen und Firmen erleben und mit allen Sinnen spüren. Dies bietet unendlich Potential einen bleibenden Eindruck beim potentiellen Kunden zu hinterlassen. Doch wie können Unternehmen ihre Produkte erlebbar, spürbar machen?

Messestrategie

Wie in fast allen Bereichen des Unternehmertums soll auch für eine Messe eine klare Strategie mit Zielen, Inhalten, Umsetzung und Messung erstellt werden. Es braucht einen roten Faden, der von Beginn der Planung über die Messezeit zur Nachbearbeitung zum Ziel führt. Das hört sich jetzt wahnsinnig komplex an – ist es aber nicht!

Ansatz

Einmal mehr setzt der dotcon-Marketingansatz beim Konzept an. Es ist auch bei der Messe wichtig, dass man zuerst das Ziel – oder eben die Zielkunden – aussucht, und dann auf diese mit geeigneten Massnahmen zielt. Wir brauchen für das Kunden-Messe-Erlebnis eine klare Story mit tollem Inhalt. Es reicht heute nicht mehr, wenn ein Sammelsurium von Produkten an einen Standard 4x4m Stand gestellt werden. Aussteller müssen die Kunden überraschen und ein Erlebnis bieten.

Planungsphasen

Je nach Art des Messeauftrittes empfehle ich die Planung frühzeitig in Angriff zu nehmen. Dies kann bei einer internationalen Messe über ein Jahr im voraus sein, bei einer regionalen EXPO reichen vermutlich und je nach Konzept 3-6 Monate. Bei dieser Planung muss klar definiert werden, was man erreichen will – also klare Ziele setzen.

Die Planungsphasen sind dann:

1. **Entscheidung und Vorplanung**
Ziele setzen, Budget erstellen, Wettbewerber ausmachen, Standbau evaluieren
2. **Standbau**
Konzept besprechen, Briefing des Messebauers, Terminplanung, Standtyp, Visualisierung, Motto
3. **Organisation und Personal**
Messerverantwortlicher bestimmen, Belegungsplan erstellen, Hostessen?, Ordnungsverantwortlicher, Fotoaufnahmen, Presseverantwortlicher, Deko, Visitenkarten, Namensschilder, Personalinstruktion,
4. **Verkaufsförderung und Messeinformation**
Muss die Messe beworben werden?, Messeattraktionen wie Wettbewerbe usw., Neue Produkte ankündigen, Events mit Rahmenprogramm
5. **Service nach der Messe**
Schnelle Kontaktaufnahme, Dank an alle Beteiligten
6. **Messeauswertung**
Ziel überprüfen und auswerten, Besucherzahlen, Besucherschichten, Verbesserungspotential für nächste Messe festhalten

Wenn Unternehmerinnen und Unternehmer nach dem konzeptionellen Ansatz arbeiten, dann werden die sich die Messeerfolge massiv erhöhen. Die Messe ist ein sehr interessantes, aber zugleich ein aufwändiges Instrument. Also sollte man alles daran setzen für Effizienz mit der Messeteilnahme zu sorgen.

Die ganze Checkliste zur Messeplanung kann gratis unter ratgeber@dotcon.ch angefordert werden.

empfehlenswerte Links zum Thema:

<http://www.ledischiff.ch>

Ledischiff.ch Einmalige Events AUF See

<http://www.dotcon.ch>

Effizienz im Marketing