

Checkliste Messeplanung

Vorab

- Was wollen Sie mit der Messe erreichen? Wettbewerbsbeobachtung und eigene Positionierung am Markt oder neue Produkte ausstellen?
- Welche Messeziele haben Sie? Umsatzsteigerung, Altkundenkontakt oder neue Kundenkontakte?
- Um welche Art von Messe handelt es sich? Ist diese teuer oder preiswert? Hat die Messe steigende Besucherzahlen? Ist es eine Publikums- oder Fachmesse? Regional, national oder international anzusiedeln? Erreichen Sie dort Ihre Messeziele?
- Legen Sie die Standgröße fest. Wo soll der Stand platziert sein, Informationen bei der Messegesellschaft, Hallenplan
- Erstellen Sie ein Messebudget unter Berücksichtigung des Messestandes, Personal einschließlich Unterbringung, Equipment und Werbungskosten
- Entscheiden Sie sich für oder gegen die Messe indem Sie eine Kosten / Nutzen Analyse erstellen
- Haben Sie genügend Personal für die Messenvorbereitung, für den Messestand und für die Messenachbereitung?

Für die Messeplanung

- Bei der Messegesellschaft die Ausstellungsfläche buchen
- Bestimmen Sie ein Messteam und legen Sie Kompetenzen fest: für Messestand, Messenvorbereitung, Organisation während des Messebetriebes, Standbesetzung und die Nachbereitung
- Erstellen Sie einen Dienstplan
- Definieren Sie Ihre Zielgruppe
- Erstellen Sie ein Briefing inklusive Budget für den Messebauer: Soll der Messestand offen oder geschlossen sein? Soll das CI des Unternehmens in die Gestaltung mit einfließen? Menge und Größe der Exponate? Brauchen Sie Beratungsplätze? Eine Empfangstheke? Benötigen Sie eine Küche oder Catering? Benötigen Sie einen Internetzugang auf dem Stand? Wie sieht die Messeaussage aus?
- Welche Verordnungen / Gesetze müssen auf dem Messestand beachtet werden?
- Benötigen Sie Messehostessen?
- Hotelzimmer buchen
- Legen Sie fest welche Produkte ausgestellt werden und erstellen Sie ein Regiebuch für die Präsentation dieser Produkte.
- Laden Sie bestehende oder möglichen Kunden auf die Messe ein. Denken Sie an die Eintrittskarten.

- Nutzen Sie Pressekontakte und laden Sie Journalisten auf den Messestand ein
- Erstellen Sie Pressetexte und -mappen
- Werben Sie im Vorfeld mit der Messe, zum Beispiel in Fachzeitschriften oder auf Ihrer Webseite
- Soll es eine Eröffnungsveranstaltung geben?
- Gibt es ein spezielles Messeangebot?
- Lassen Sie sich in den Messekatalog eintragen
- Messeausweise und Parkplätze für das Standpersonal besorgen
- Transport der Exponate
- Legen Sie eine einheitliche Kleidung für das Standpersonal fest.
- Schulung für das Standpersonal

Zur Messe mitnehmen

- Imagebroschüre oder CD
- Prospekte
- Kataloge und Preislisten
- Kontaktbögen für Gespräche
- Visitenkarten
- Messegeschenke für besondere Kunden
- Give aways
- Gästebuch
- Getränke kleine Snacks
- Kaffemaschine und Becher
- Handys
- Notizblock und Terminkalender
- Namensschilder
- Dekorationsmaterial für den Stand

Erstellen Sie nach der Messe eine Erfolgs Analyse. Wie war die Resonanz? Anzahl der Besucher? Neukunden? Hat sich die Messe für Sie gelohnt?