



## Neun Tipps für einen erfolgreichen Messebesuch

Whitepaper mit neun wesentlichen Tipps für den erfolgreichen Messeauftritt

**Köln, den 10. Oktober 2011: Der Messebesuch ist gerade im Business to Business Bereich immer noch einer der wichtigsten Kommunikationsinstrumente. Neue Geschäftskontakte zu schließen und neue Märkte zu erreichen wird in Zeiten der globalen Vernetzung immer wichtiger. Allerdings ist der Planungsprozess äußerst komplex und umfassend.**

**Um den Messebesuch ein wenig zu vereinfachen und eine herausragende Präsentation sicherzustellen hat die EXPOMADE GmbH ein kostenloses Whitepaper zur Verfügung gestellt. In wenigen Schritten werden neun wesentliche Dinge beschrieben die bei der Planung und Vorbereitung einer Messteilnahme berücksichtigt werden müssen.**



[www.EXPOMADE.de](http://www.EXPOMADE.de)

### 1. Auf die Plätze fertig Ziel!

Die Zielfestlegung ist einer der wichtigsten Prozesse in der Vorbereitung. Bis zu 60% der Erfolgspotenziale werden laut Umfrage aufgrund einer schlechten Vorbereitungsphase verschenkt. Demnach müssen Ziele immer schriftlich und insbesondere realistisch festgelegt und gesetzt werden.

### 2. Turn back Time

Genauso wichtig wie die Zielfestlegung ist die Festlegung der terminlichen Verbindlichkeiten. Auch bei kleineren Messen sollten feste Zeitpunkte mit allen Beteiligten gewählt werden, um nicht in Schwierigkeiten zu geraten. Mit Hilfe eines Projektplans können alle Prozesse, angefangen von der ersten Visualisierung des Messestandes über den Druck der Kataloge bis hin zum Einsatz des Messepersonals, mit festen Zeitpunkten versehen werden.

### 3. Finden Sie das richtige Standkonzept

Die Auswahl des Messestandes ist ein wesentlicher Beitrag zu einem erfolgreichen Messebesuch. Allerdings ist die Auswahl von einer Vielzahl von Kriterien abhängig. Neben der Standfläche sind das jeweilige Kommunikationskonzept und natürlich das Messebudget zu berücksichtigen. Damit das System effektiv und wirtschaftlich eingesetzt werden kann, ist ein wiederholter Einsatz sinnvoll. Durch flexible Anpassungs- und Veränderungsmöglichkeiten kann somit auf jeder Messe ein individuelles Bild geschaffen werden.

### 4. Seien Sie persönlich

Die individuelle Kommunikation am Messestand ist wesentlicher Bestandteil um die eigene Marke zu personalisieren und ein Profil zu geben. Neben dem Messestandpersonal gehört auch die individuelle Ausstattung des eigenen Messestandes dazu.

### 5. Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft

**LA CONCEPT GmbH & Co. KG** | Robert-Perthel-Str. 4 – 6 | 50739 Köln

Tel.: +49 (0) 22 1 / 65 03 27-0 | Fax: +49 (0) 22 1 / 65 03 27-27 | [www.LA-CONCEPT.de](http://www.LA-CONCEPT.de) | [info@LA-CONCEPT.de](mailto:info@LA-CONCEPT.de)

Geschäftsführer: Björn Schaper, Oliver Fröstl (HRA 23071) | Persönlich haftender Gesellschafter: LA CONCEPT Verwaltungs GmbH (HRB 55528)  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 234277969 | Steuernummer: 217/5877/0572 | Zuständiges Finanzamt: Köln-Nord | Gerichtsstand: Amtsgericht Köln  
Kreissparkasse Grafschaft Diepholz | Konto: 11 220035 | BLZ: 256 51325 | IBAN: DE56 2565 1325 0011 2200 35 | BIC/SWIFT: BRLA DE 21DHZ



Damit der Messebesuch auch nachhaltig erfolgreich bleibt, ist der Einsatz von Werbemitteln eine gute Möglichkeit sich auch nach der Messe in Erinnerung zu rufen. Das Spektrum reicht dabei von den klassischen Streumitteln bis hin zu exklusiven Werbegeschenken.

#### 6. Aktiv statt passiv

Interaktion am Messestand ist ein wesentliches Thema, sowohl in der Planungsphase als auch an den Messtagen. Durch den Einsatz von digitalen und multimedialen Displaysystemen können die Besucher interaktiv angesprochen werden und sich selbständig mit den Inhalten auseinandersetzen.

#### 7. Touchpoints nutzen

Am Messestand selber ist die Nutzung der Touchpoints wichtig. Neben den Sitzgelegenheiten oder Stehtischen können auch Prospektständer dazu genutzt werden, die Kontaktaufnahme mit potenziellen Kunden zu fördern. Daher muss die Botschaft bei jeder sich bietenden Möglichkeit genutzt werden

#### 8. Alle Macht dem Wort

Damit alle Ziele eines Messebesuches erreicht werden ist ein umfassendes Marketingkonzept notwendig. Um Reichweite zu schaffen sind neben Mailings auch Fachmagazine sowie Online Presseportale wesentliche Medien zur Schaffung von Reichweiten. Durch die kostenfreie Nutzung der Online Portale können sehr schnell große Reichweiten geschaffen werden, die maßgeblich die Publikumszahlen am Messestand erhöhen können.

#### 9. Nach der Messe ist vor der Messe

Nach Ende der Ausstellungstage ist die Messearbeit noch lange nicht vorbei. Nur ca. 7% der Besucher kommen auf eine Messe mit der Absicht auch wirklich etwas zu kaufen. Daher findet der Verkaufsprozess häufig erst im Nachhinein statt. Wichtig ist, dass alle Antwortschreiben innerhalb von sieben Tagen verschickt werden.

Die ausführlichen Tipps für einen erfolgreichen Messebesuch erhalten Sie im EXPOMADE Blog unter <http://blog.expomade.de/?p=245> oder bei einem der ausgewählten EXPOMADE Händler wie LA CONCEPT in der LA CONCEPT Katalogwelt unter <http://www.la-concept-katalogwelt.de/>. Informationen zum mobilen Messesystem EXPOMADE erhalten Sie unter <http://la-concept.de/messestaende/expomade.html>

4.292 ZEICHEN / ABDRUCK HONORARFREI

#### Weitere Informationen erhalten Sie bei:

LA CONCEPT GmbH & Co. KG  
Julia Junkersdorf  
Robert-Perthel-Straße 4-6  
50739 Köln  
Tel.: +49 (0) 221 650 327 32  
Fax: +49 (0) 221 650 327 27

**LA CONCEPT GmbH & Co. KG** | Robert-Perthel-Str. 4 – 6 | 50739 Köln

Tel.: +49 (0) 22 1 / 65 03 27-0 | Fax: +49 (0) 22 1 / 65 03 27-27 | [www.LA-CONCEPT.de](http://www.LA-CONCEPT.de) | [info@LA-CONCEPT.de](mailto:info@LA-CONCEPT.de)

Geschäftsführer: Björn Schaper, Oliver Fröstl (HRA 23071) | Persönlich haftender Gesellschafter: LA CONCEPT Verwaltungs GmbH (HRB 55528)  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 234277969 | Steuernummer: 217/5877/0572 | Zuständiges Finanzamt: Köln-Nord | Gerichtsstand: Amtsgericht Köln  
Kreissparkasse Grafschaft Diepholz | Konto: 11 220035 | BLZ: 256 51325 | IBAN: DE56 2565 1325 0011 2200 35 | BIC/SWIFT: BRLA DE 21DHZ