

Checkliste: Lohnt sich Ihr Messeauftritt?

ERREICHEN SIE IHRE QUALITATIVEN ZIELE?

	--	-	-/+	+	++
→ Bekanntheitsgrad steigern: vom Unternehmen, von Produkten und Lösungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Imageverbesserung Ihres Unternehmens oder einzelner Marken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Produkte, vor allem Neuheiten, gut präsentierbar und erlebbar auf dem Messestand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Qualität der Kundenkontakte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Gute Positionierung im Wettbewerbsvergleich (Benchmarking)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Effekt der begleitenden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Berichterstattung (Gibt es positive Berichte in den Medien? Wird über die eigenen Kanäle, wie Website oder Social Media, eine positive Resonanz mit Messemeldungen erzeugt?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Qualität des Networkings mit Marktbegleitern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen möglich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Sonstiges:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

GEWINNEN SIE WERTVOLLE KONTAKTE UND LEADS?

	Anzahl	--	-	-/+	+	++
→ Besucheranzahl auf der Messe insgesamt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Anzahl Besucher am eigenen Messestand (geschätzt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Anzahl erfasster Bestandskundenkontakte und Stammkundenpflege	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Anzahl erfasster Leads von potenziellen neuen Kunden (Neue Anfragen in den ersten 1-2 Wochen direkt nach der Messe fließen idealerweise auch in die Bewertung ein.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Anzahl Gespräche mit potenziellen Kooperationspartnern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Anzahl VIP-Kontakte (Branchenvertreter, Verbandsvertreter, Politiker, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Anzahl Pressekontakte für Aufbau u. Pflege von Beziehungen zu Medien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Anzahl potenzieller neuer Mitarbeiter am Messestand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IHRE KOSTEN UND IHR UMSATZPOTENZIAL

	Werte in €
→ Gesamtkosten der Messe, zusammengesetzt aus:
• Grundkosten (Standmiete, Anschlüsse etc.)
• Kosten für Standbau und -ausstattung, Prototypenbau und Gestaltung
• Kosten für Standservice und begleitende Werbemaßnahmen
• Kosten für Transport, Handling und Entsorgung
• Personal- und Reisekosten (Personalkosten abschätzen: Manntage für die Messevorbereitung, während der Messelaufzeit und zur Nachbereitung, bewertet mit durchschn. Tagessatz)
• Weitere Kosten:
→ Geschätzter Umsatz, den Sie mit der Messe erzielen:
• Schätzwert errechnen: Anzahl der Messekontakte, die wahrscheinlich zu kaufenden Kunden werden, multipliziert mit dem durchschnittlichen Umsatz eines Kunden pro Jahr – am besten als Umsatzspanne angeben.

ERGEBNIS

	--	-	-/+	+	++
→ Ihre persönliche Gesamtbewertung des Messeauftritts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

OPTIMIERUNGEN UND ALTERNATIVEN ZU IHREM MESSEAUFTRITT

	--	-	-/+	+	++
→ Potenzial für Optimierungen bei Ihrem aktuellen Messeauftritt oder für den effektiveren Einsatz Ihres Messebudgets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mögliche Ansätze:					
→ Messeauftritt anpassen: z.B. Standgröße verändern, einen Gemeinschaftsstand mit Partnern oder Präsenz auf Ständen von Berufsverbänden o.ä. prüfen. Optimierungen an der Messevor- und Nachbereitung umsetzen. Präsentation, Aktionen und Eyecatcher auf dem Messestand anpassen und vieles mehr.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Alternative Events planen: z.B. eigene Hausausstellung, Tag der offenen Tür, Events mit Partnern, Kunden- und VIP-Veranstaltungen etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Alternative Sales-Kampagnen mit Vertrieb und Marketing verfolgen: Spannende Zielgruppen über die verfügbaren Kanäle finden und ansprechen, z.B. per Telefonaktion, Mailing und Außendiensttätigkeit etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Mehr in Online-Marketing investieren: Außenauftritt und Kundengenerierung verbessern über Webseite, Soziale Medien, Online-Werbekampagnen – wie Google Ads, Facebook Ads etc. – sowie gezielte Suchmaschinenoptimierung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
→ Sonstiges:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sie suchen nach Optimierungen oder Alternativen zu Ihrem aktuellen Messeauftritt?

Schöpfen Sie die wirkungsvollen Möglichkeiten **aller Ihrer Marketingkanäle** aus. Lassen Sie sich beraten und profitieren Sie von über 15 Jahren Marketingmanagement-Erfahrung. Nach einer **Ist-Analyse** Ihres bestehenden Markt- und Messeauftritts erhalten Sie **neue Ideen und Vorschläge** für Ihr Marketing. Sie finden Wege, mehr Sichtbarkeit und Resonanz für Ihre Produkte und Lösungen zu bewirken.

Profitieren Sie von wirksamem Marketing **speziell für kleine und mittlere Unternehmen**. Sie erhalten alle Leistungen aus einer Hand – von der Beratung bis zur Umsetzung.



Marketing-Beratung



Online-Marketing



Marketing-Services



NEHMEN SIE KONTAKT MIT MIR AUF!

Visible Marketing | Mirijam Handschack
Pfarrer-Grochtdreis-Str. 10
33335 Gütersloh
0151 569 79477
mirijam.handschack@visible-marketing.de
www.visible-marketing.de