

<p>Kostenkalkulation Standpreis Transport div. Versicherung Reise-, Aufenthalts-Lohnkosten Werbung Sonstiges (Dekormaterialien etc.)</p>	
<p>Messeziele Herstellung neuer Kontakte, Kundenpflege, Imagepflege, Repräsentation Markterkundung und -Beobachtung Produkt-/Dienstleistungspräsentation Zielgruppenansprache, Verkauf Öffentlichkeitsarbeit</p>	
<p>Zeitplanung und Festlegung Projektleitung</p>	
<p>Ausstellungskonzept erstellen</p>	
<p>Standvorbereitungen Präsentationen, Prospekte, Kataloge, Kundenzeitschriften, Referenzlisten,</p>	
<p>Personalplanung Auswahl, Schulung, Zimmer reservieren</p>	
<p>Werbung/Programm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gratiswerbemöglichkeiten von Veranstalterseite prüfen - eigene wie Inseratenschaltung, Werbebriefe, Einladungen, Pressemappe, Prospekte/Folder, Standpersonal (Namensschilder, Kleidung...), Give aways wie Tragtaschen, Produktproben... - Firmenschilder für Standpräsentation - Vorträge, Demo Show ... festlegen und Veranstalter für Programm bekanntgeben 	
<p>Standbau Einteilung der Standfläche, ästhetisches Gestaltungskonzept. Abgrenzungsmöglichkeiten zu Nachbarn, evtl. Regenschutz, Technische Anschlussmöglichkeiten prüfen, Abstellmöglichkeiten, Möbiliar (zB für Garderobe, Werbematerial...)</p>	
<p>Warenangebot am Standplatz prüfen, Änderungen müssen dem Veranstalter bekanntgegeben werden (wegen Ausstellerverzeichnis)</p>	
<p>Erfolgskriterien festlegen Anzahl der Besucher und Gespräche am Stand, der gesammelten Adressen, Ausgabe der Werbe-/Infomaterialien, etc.</p>	
<p>Büromaterial vorbereiten (Firmenstempel, Kugelschreiber, Blöcke, Rechnung, Lieferschein, Aschenbecher, Kalender, Reinigungshilfen ...)</p>	
<p>Transport, Standbezug, Auf- und Abbau vorbereiten und die Vorschriften einhalten (Zeiten, Rückgabe des Standplatzes ohne Schäden ...)</p>	
<p>Standpersonal: Standbesucher werden zielgerecht und konsequent angesprochen, Kontaktbarrieren werden durch aktives Zugehen auf Interessenten abgebaut, wichtige Gespräche sowie alle Kontaktadressen notieren, ununterbrochene Anwesenheit von Mitarbeitern am Stand, Kontakt zu Mitausstellern, Beobachtung, Analyse</p>	
<p>Nachbearbeitung: hergestellte Kontakte nachbearbeiten (Offerte erstellen, Unterlagen senden, weitere Kontaktaufnahme, Ergänzung der Kundenkartei ...) Erfolgsmessung durchführen (Auswertung und Analyse der erhobenen Daten, Presseberichte, Erfolg von Werbeaktionen, Analyse des eigenen gesetzten Zieles und Erreichung. Messe-Reflexion: was kann beim nächsten Mal verbessert werden, welche Stärken weiter ausbauen? Teilnahme für die nächstjährige Messe festlegen.</p>	