



# 33 MESSE TIPS

## FØR MESSEN – BUDGET

### Tip 1: Lav et forventet budget

Lav en beregning på dine omkostninger vs. forventet omsætning, så du har en klar forventningsafstemelse – og accept – inden du starter med planlægningen.

## FØR MESSEN – PLANLÆGNING

### Tip 2: Book i god tid

Messer er populære! Hvis du ønsker en god placering, skal du booke i god tid.

### Tip 3: Book den bedste mulige placering

Et godt tip er at placere din messestand tæt på kaffe- og madsteder, hvor der forventes meget trafik.

### Tip 4: Gå efter placering og ikke størrelse

Den største stand er ikke nødvendigvis den bedste (og bestemt ikke den billigste!). Gå efter den stand du mener er bedst placeret.

## FØR MESSEN – MARKEDSFØRING

### Tip 5: Fortæl at du er på messen

Fortæl på tværs af alle dine markedsføringskanaler, i mailsignatur m.m. at du deltager på messen.

### Tip 6: Send invitationer

Send en personlig hilsen pr. post og inviter dine største kunder samt potentielle nye kunder.

### Tip 7: Book messemøder

Følg op på inviterede kunder og potentielle nye kunder, og forsøg at få dem forbi din stand til en uforpligtende kop kaffe.

### Tip 8: Lav en målsætning

Ligesom budgettet er vigtigt, så er en forventet målsætning lige så vigtig. Aftal inden messen hvor mange leads, I forventer at få ud af messen. Det giver god intern konkurrence at foreslå et optimistisk, men realistisk tal + 5 %.

## FØR MESSEN – UDFORMNING AF STANDEN

### Tip 9: Tag design-guiden i brug

Sørg for at besøgende på messen kan kende jer, og overvej et gennemgående farvetema herudfra.

### Tip 10: Undersøg reglerne for udstillere

Få helt styr på hvilke regler, der gælder. Er det fx tilladt at klistre materiale på bagvæggene? Arkitekter for messer kan have tendens til at komme på nye idéer.

### Tip 1: Hav styr på visitkort

Visitkortet er vigtigt – meget vigtigt. Sørg for at have rigeligt med for alle deltagende på jeres stand.

**Tip 12: Præsenter din virksomhed i brochurer**

Brochurer, som fx foldere og hæfter, koster ikke meget. Sørg for at have materiale klar, såsom profil-brochure eller produktkataloger, som du kan udlevere med dit visitkort.

**Tip 13: Skab opmærksomhed**

Overvej at bruge utraditionelle tryksager, som virker opsigtsvækkende. Du kan fx bruge beachflag, gulvmåtter, skilte af krydsfinér eller heliumballoner, så opmærksomheden kommer helt til tops.

**Tip 14: Giveaway**

De mest populære giveaways (som de fleste ikke takker nej til) er merchandise som fx flaskevand, mint-pastiller, papirposer, blokke og kuglepenne.

**Tip 15: Aktivitet på standen**

Overvej konkurrencer eller anden form for underholdning, som kan tiltrække opmærksomhed.

**Tip 16: Brug video**

Fjernsyn med demo-videoer er gode til at fange folks opmærksomhed, og som udstiller kan du nemt starte en dialog.

**Tip 17: Tal til sanserne i din grafiske opsætning**

Lad lange produktbeskrivelser blive hjemme, og brug i stedet grafik og billeder.

**Tip 18: Husk at reklamere ... i loftet**

Mange overser muligheden for at få lov til at hænge et banner ned fra loftet. Det bliver set af mange!

**Tip 19: Husk at reklamere ... andre steder**

Dine potentielle kunder er overalt på messen. Placér derfor dine flyers/postkort andre steder på messen, fx i cafeteriet eller ved indgangen – men spørg om lov først.

**Tip 20: Blikfang, blikfang, blikfang**

I gennemsnit kigger folk kun 2-3 sekunder på din stand. Sørg derfor for at have enkle budskaber, og synliggør en "oneline" i hovedhøjde, som nemt kan ses på afstand.

**UNDER MESSEN – LEADS LEADS LEADS****Tip 21: Når vi er på standen, så arbejder vi**

Intern snik snak på standen og email-besvarelser foregår om aftenen. Vær til stede!

**Tip 22: Indsaml leads, mange leads**

Sørg for at få indsamlet emailadresser eller visitkort fra alle besøgende på din stand.

Du kan fx spørge, om de vil bytte et visitkort mod noget chokolade, eller bede dem deltage i en lækker konkurrence ved blot at indtaste deres emailadresse.

**Tip 23: Tag noter**

Tag notater fra dine samtaler med dem, der afleverede et visitkort. Jo mere data, du kan fodre dit CRM-system med, desto bedre en indgangsvinkel har du, når du kontakter dine leads.

**Tip 24: Vær præsentabel men bekvem**

Vær pæn og præsentabel i dit udséende, men sørg for at få nogle behagelige sko på til de mange timer på benene.

**Tip 25: Lead challenge**

Lav en konkurrence om, hvem der kan skaffe flest leads. Det motiverer!

**Tip 26: Medbring sælgere, ikke fagmænd**

Dit resultat fra messen kan mangedobles, hvis du medbringer en udadvendt person, som aktivt henvender sig til folk allerede ude i mellemgangen.

**Tip 27: Pas på hyggen ...**

Der er typisk planlagt middage og events med alkohol om aftenen. Sig nej tak til alkohol, gå tidligt i seng og vær 110 % klar til at performe næste dag.

**Tip 28: Glem ikke at sælge til de andre leverandører**

Begynd at opstille din messestand i så god tid, at du har tid til at komme rundt og hilse på de andre udstillere, inden messen åbner.

**Tip 29: Husk lemmingeffekten**

Lemmingeffekten er stærk. Jo flere mennesker, der er på din stand, desto flere bliver der tiltrukket. Er der fx kun én gæst på din stand, kan du byde på en kop kaffe.

**EFTER MESSEN – AJOURFØR RESULTATER****Tip 30: Hurtig opfølgning**

Senest en uge efter messen bør du følge op på alle leads – gerne før.

**Tip 31: Markedsfør dig online**

De fleste deltagere fra messen har haft mobilen i lommen, og det ved Google via GPS-koordinater. Lav en AdWords-kampagne målrettet de besøgende.

**Tip 32: Opfølgning til ledelsen**

Saml op på hvilke resultater, der blev opnået og indfriet fra målsætningen.

**Tip 33: Skriv ned**

Lav notater om hvad der gik godt, hvad der gik dårligt og hvad der kan gøres anderledes til næste gang.