

PLANERINGSLISTA MÄSSA

SYFTE, MÅL, BUDSKAP & MÅLGRUPP

Vårt syfte med att medverka på mässan är:

T.ex. att boka kundbesök eller att få fler som prenumererar på vårt nyhetsbrev

Vårt mål är:

T.ex. att boka 10 stycken kundbesök eller att få 50 nya prenumeranter till vårt nyhetsbrev

Budskapet vi ska förmedla på mässan är:

T.ex.

Vi vänder oss till:

T.ex.

Det är viktigt att hitta en röd tråd som genomsyrar allt - innan, under och efter mässan.

PLANERING

Börja i god tid att planera! Boka en monterplats på mässan som passar med era önskemål. Tänk på att besökarna oftast går "högervarv" och att det kan vara bra att stå i början av högervarvet innan besökarna eventuellt försvinner på en avtagsväg.

BUDGET

Vår budget är:

Kostnader:

MONTERN

Beställ monterlösningen i god tid och prova alltid att montera ihop den innan mässan, gärna med tidsmarginal för att kunna komplettera om det behövs.

Har vår monterplats några begränsningar? Finns allt vi behöver?

T.ex. Finns strömuttag där vi behöver eller behövs förlängningssladd?

Vilka krav har vi på vår monterlösning?

T.ex. Ska gå att använda på flera mässor. Budskapet ska gå att byta ut. Montern ska vara enkel att transportera och montera.

Vad vill vi ha för inredning i montern?

T.ex. Digitala skärmar, broschyrställ, podiumbord, växter.

Hur ska vi lyfta fram vårt budskap i montern?

T.ex. Vi ska trycka vårt budskap på monterväggen. Vi ska också ha en film på en skärm. <

Hur ska vi fånga upp besökarna? Ska vi ha någon aktivitet eller bjuda på något?

T.ex. Genom att låta besökarna utmana personalen i montern på ett dansspel.

Hur ska personalen i montern klä sig för att matcha budskapet och montern?

ANSVARIGA

Vem ansvarar för att allt material kommer till mässan?

Vem ansvarar för att montern blir uppbyggd? (Glöm inte ta med eventuella verktyg som kan behövas!)

Vilka ska stå i montern? Ska någon och isf vem mingla runt på mässan, utanför montern?

Vem ansvarar för att montern monteras ner och transporteras bort från mässan?

MARKNADSFÖRING

Inför mässan:

Hur ska vi marknadsföra att vi ska vara med på mässan?

T.ex. Vi ska skicka ut ett nyhetsmail där vi bjuder in till ett besök i vår monter på mässan. Vi skickar med en karta över vart vår monter finns. Vi ska också göra inlägg på sociala medier.

På mässan:

Vad ska vi dela ut till kunderna som får dem att minnas oss och vårt budskap? Give away? Broschyr?

Finns det någonstans besökarna kan registrera sig så att vi kan kontakta dem när mässan är slut?

Har vi någon som dokumenterar mässan och publicerar bilder på t.ex. sociala kanaler?

Efter mässan:

Hur följer vi upp och återkopplar till de som besökt vår monter?

UTVÄRDERING

Uppnådde vi vårt syfte och mål med mässan?

Vad gick bra och vad kunde ha gått bättre?

Vad kan vi utveckla till nästa mässa?

Sammanställ och spara allt så ni har underlag för nästa mässa.