

40 tips inför att ställa ut på mässa

Allt och lite till
för ett lyckat event.



ÅTTA45[®]

PRINT & MEDIA PARTNER

INNEHÅLL

Inledning	3
Planering	4
Inför mässan	7
Marknadsföring	9
Produktion av material	11
Under mässan	16
Efter mässan	20

Spelmässa, trädgårdsmässa, båtmässa, eller inrednings-mässa? Ska jag tänka olika om det är en branschmässa eller en mässa som är öppen för allmänheten?

Alternativen kan vara många. Oavsett om du ska delta som utställare eller besöka en mässa är det ett perfekt tillfälle för dig att marknadsföra din tjänst eller produkt.

En mässa ger dig också möjlighet att leta efter nya samarbetspartners, nätverka eller helt enkelt bara hålla koll på senaste nytt i din bransch.

Vad ska man tänka på när man ska ställa ut på en mässa? Hur ska man få montern att sticka ut ur mängden och locka besökare?

Hur involverar man sociala medier på mässan? På följande sidor hittar du tips som är bra att ha i åtanke.



creative thinking

#1

Börja i god tid! För att du ska få ut så mycket som möjligt av din mässas är det viktigt att du planerar i god tid. Välj ut en person som är projektledare som har huvudansvaret och låt sedan den involvera de personer som ska vara med i planeringen. Sätt upp en tidsplan på när saker ska vara gjorda.

#2

Besök den mässas du vill ställa ut på året innan du ställer ut. Fråga utställarna vilka erfarenheter de har. Hör om de kommer tillbaka år efter år. Fundera över vilket utförande på monter du antagligen kommer behöva för att göra bäst intryck.

#3

Kolla på mässkissen och boka en monter du tycker har bra placering. Försök få en plats i triangeln mellan mitten på lokalen och den yttersta vänstra respektive högra delen. Det är i den här triangeln trafiken kommer att vara störst.



“Maxa engagemanget genom att låta medarbetarna vara med och bidra med utformningen av mässdeltagandet.”

#4

Tänk också på att du ofta får ett bättre pris om du anmäler dig till en mässa tidigt.

#5

Behöver jag fixa extra internet eller har de uppkoppling på mässan? Se till så all teknik fungerar inför mässan, presentationer mm.

#6

Gör en checklista för allt som måste göras och allt material som ska med. Spara den till nästa mässa så går det mycket snabbare att planera nästa gång.

#7

Ta reda på vad som händer under mässtagarna. Finns det möjlighet att även delta i andra aktiviteter som t ex:

- Seminarier
- Mässtagning
- Pressvisning
- Mässtans hemsida
- Pressinformation
- Utställarutbildning
- Mingel
- Utställarmatsal
- Utställarlounge

#8

Undersök vilka utställare som finns på mässtans och som ni kan dra nytta av, starta samarbeten under mässtans.

#9

Informera om mässtans. Detta kan ske via sociala medier, press, facktidningar, pressmeddelanden och nyhetsbrev. Uppdatera din hemsida och sociala medier, exempelvis lägg ut en karta över mässtallen och markera din monter. Vissa kunder kanske vill boka tid för möte. Ge den möjligheten t ex i ett nyhetsbrev.

”Finns det möjlighet att även delta i andras aktiviteter som anordnas på mässtans?”

#10

Vad vill du uppnå och vem vill du nå? Sätt upp tydliga mål. Vill du göra ditt varumärke mer känt? Lansera en nyhet? Vill du få fler att förstå hur din produkt/tjänst används?

#11

Vill du få in befintliga kunder i monter eller är huvudfokus att träffa potentiella kunder? Hur många leads vill du få in? Vilka vill du bjuda in? Försök att göra dina mål mätbara - det gör det enklare att sedan utvärdera.

#12

Bestäm vem som ska göra vad. Fundera igenom vem som ska bygga din monter och vilka som ska vara på plats under eventet. Registrera din monterpersonal i förväg.

#13

Tydliggör målen för alla som är involverade i planeringen och genomförandet av ert mässhdeltagande. Var tydlig med målet. Målet är utgångspunkten för strategin och upplägget av mässhdeltagandet. Vad fungerade bra vid förra deltagandet, vad kan göras bättre? Vilka mål vill man uppnå? Exempel på mål kan vara att träffa branschen, profilera företaget, möta nya kunder/kontakter, försäljning, visa produkter, träffa nya samarbetspartners, skriva avtal, testa produkter, presentera nyheter, möta pressen.

#14

Engagera medarbetarna! Maxa engagemanget genom att låta medarbetarna vara med och bidra med utformningen av mässhdeltagandet. Skapa en tids- och aktivitetsplan där de inblandade har insyn och var tydlig med var och ens aktiviteter. Under mässhdagarna, t ex morgon och kväll, är det bra att stämma av med personalen. Interna mål som "flest kontakter" och "bästa säljmål" med kontinuerlig uppföljning är stimulerande feedback. En väl uppdaterad och engagerad personal borgar för ett positivt och bekvämt möte med kunden.



#15

Välj ditt budskap med omsorg. Du har kort tid på dig att fånga besökarens uppmärksamhet. Det är därför viktigt att inte kommunicera för många budskap. Utgå ifrån mål och målgrupp och välj ditt huvudbudskap utifrån det. Kommunicera detta tydligt. Ditt budskap kommer att konkurrera med en massa andra budskap. Försök att hitta ett grepp som gör att du sticker ut.

#16

Skapa en exklusiv personlig inbjudan. Bjud in nya och gamla kunder till mässan, locka gärna med något speciellt för dem vid ett besök. Inbjudan ska ha en karta på var din monter är. Du kan välja mellan att betala entré-biljetter till de du bjuder in eller att låta gästerna betala själva. Föreslå billigt/bra/fint boende för dem så att det blir lätt för dem att ta beslutet att komma. Rekommendera gärna andra aktiviteter som de kan ägna sig åt också. Händer det något speciellt i närheten på kvällen?

“Du har kort tid på dig att fånga besökarens uppmärksamhet. Utgå ifrån mål och målgrupp och välj ditt huvudbudskap noga utifrån publiken”



#17

Satsa på PR. Marknadsföringen innan mässan är A och O för att få besökarna att hitta till din monter. Utnyttja möjligheten att lägga upp en beskrivning av ditt företag och kontaktuppgifter på eventets webbplats. Berätta att du kommer vara där. Många går in och planerar sitt mässa-besök i förväg. Låt dem bli nyfikna på ditt företag redan då!

#18

Enhetlighet – låt det löpa en röd tråd i allt ni gör: inbjudan, giveaways, utseende i montern, kläder, mat, bärkassar etc. Detta bygger ditt varumärke och ökar igenkänningen.

#19

Gör en tydlig och fin monter. Följ er grafiska profil när ni gör montern. Montern ska spegla ert företags identitet i färger och typsnitt i första hand. Montern ger första intrycket och ska vara tydlig och inbjudande. Gör ditt budskap lätt att se.

#20

Det är viktigt att montern inte är för lik de montrar som är angränsande. Och att din logotyp/budskap syns på håll. Tänk på att ditt budskap kanske behöver synas från flera olika håll. Ljussätt gärna och tänk på placering den där alla kan se och ingen kan stå i vägen för skyltningen.

”Följ er grafiska profil när ni gör montern. Gör ert budskap lätt att se.”

”Ha ett tema som kan vävas ihop med företaget eller produktens profil”

#21

Planera designen! Det kan till exempel handla om att förvarna dina montergrannar om du ska ha höga väggar eller produkter som hänger ner från taket. Tänk på att ju fler sinnen som stimuleras, desto större chans är det att göra intryck – använd därför inte bara en tv-skärm, utan ta även hjälp av dofter, färger, ljud, ljussättning, mat.

#22

Tema – kan ni ha ett tema som kan vävas ihop med företaget eller produktens profil? Kan ni klä in er monter i något som gör att montern står ut? T.ex. fokusera på ett specifikt resmål/stad om ni säljer resor, eller göra en trädgård med fototapeter på träd, ha konstgräs på golvet och ta in en bänk att sitta på om ni är ett trädgårdsföretag. Temat i montern går att koppla både med företagets tjänster eller en känsla som speglar företaget.

#23

Dra uppmärksamhet till din monter! Beställ en vepa att hänga i taket, klä väggarna med en snygg tapet, klistra upp din företagslogotyp på väggarna eller varför inte beställa din logotyp utskuren i frigolit? Vad du än väljer så kommer blickarna dras till en snygg design. Behöver du hjälp? Kontakta oss på tel 08-553 348 00 så hjälper vi dig hela vägen.

#24

Godis. Godis lockar alltid kunder till en monter och är relativt lätt att matcha med ert varumärkes profil i färg och typ av godis. Tänk på att ha minst en godistyp med papper och logo, många händer i en godisskål med papperslöst godis lockar inte i förkylningstider. Det finns många roliga alternativ som sprider budskap och samtidigt skyddar godiset t.ex. en tablettask.

#25

Giveaway. En given giveaway är pennor med logo. En giveaway som är rolig, spännande, utmanande eller användarvänlig och som har en tanke relaterat till ert varumärke vinner dock över reklampennorna. Erbjuder ni "smarta lösningar" så kan ett litet klurigt knep-och-knåp spel vara passande. Kom ihåg att ge kunden en påse/kasse med logo som bär ert budskap och där kund kan förvara er giveaway. Givetvis ligger det även en broschyr och er katalog i påsen.





#26

Ordna marknadsföringsmaterial att dela ut på mässan. Samarbeta med andra företag som kan kopplas ihop med era produkter eller tjänster och dela ut give-aways som bekostas av någon annan men vill vara med och exponeras i er monter.

#27

Ha en välgjord trycksak. Många går igenom alla påsar/kassar efter mässan och det är då er trycksak får ert varumärke att leva vidare. Se till att er trycksak är välgjord med bra kvalitet i papper och tryck, har en snygg och lättläst design och ett innehåll som ger tips till kund samtidigt som det tydligt förmedlar vad ni gör och vad ni står för. Fråga gärna oss om vad som funkar bra och du bör välja, exempelvis pappersval mm. Ring en säljare/projektledare på tel 08-553 348 00 idag.

#28

Ha en lek eller tävling och koppla den till sociala medier. Roliga tävlingar och lekar med bra priser lockar folk till en monter. Försök att relatera aktiviteten till er produkt eller den känsla ni vill förmedla. Koppla tävlingen och leken både till kundens kontaktuppgifter och till sociala medier. Att få besökaren att ta ett kort och hashtagga ert företag eller varumärke. Tänk på att inte missbruka kundens kontaktuppgifter, det ger en negativ effekt. Erbjud därför en möjlighet för kund att avskriva sig från marknadsföring och kampanjutskick t.ex. nyhetsbrev. Ett exempel på en tävling anpassad både för sociala medier är att kunden ska placera er produkt eller giveaway med logo på ett "fyndigt", hashtagga er unika tagg för tävlingen och länka ert företags/produkts instagramprofil. Klart!

#29

Mingla med profilkläder. Prata och ta kontakt med kunder på golvet eller andra utställare i tydliga, snygga och synliga profilkläder. Alla profilkläder kan göras snygga och användarvänliga om man använder logon och varumärkets färger på rätt sätt. Att nätverka i profilkläder ger en tydlig bild av var man kommer ifrån när man är på golvet och på besök i montrar. Andra utställare är en stor potentiell målgrupp. De har många kontakter och ett gott intryck ifrån ert företag kan ge ringar på vattnet.

"Ha en välgjord trycksak med bra kvalitet i papper och tryck"

#30

Show time! Var professionell i monter:

- Var glad, trevlig och engagerad hela tiden. Leenden säljer.
- Stäng av mobilen.
- Alla i montererna skall ha bra produktkännedom.
- Rekommendera andras produkter till din produkt.
Hjälp varandra att lyfta varandra.
- De flesta samtal på en mäsas är korta.
Slösas inte bort tiden.
- Försök att ta reda på köpintresse och om personen har auktoritet att köpa.
- Sitt inte ner.
- Ät inte mat i montererna.
- Det är många som bjuder på något att äta på i sina monter.
Bjud på något att dricka, kanske en flaska vatten med logo på.
- Slösas inte din värdefulla tid på människor som inte är intresserade.



”Dela med er av kunskap.
Håll ett seminarium.”

#31

Gör anteckningar direkt på personens visitkort så att du inte glömmer vad ni sagt.

#32

Demonstrera produkter. Om du demonstrerar något så måste denna produkt säljas i din monter. Om du visar en prototyp eller produkt som inte ännu släppts, var tydlig med det.

#33

Samla folkmassa. Om en folkmassa har samlats kring din monter, signalerar det till förbipasserande att något är värt att se i din monter. Ingenting drar en folkmassa som en folkmassa. Folk vill veta vad som händer, och de kommer att känna sig manade att kolla din monter.

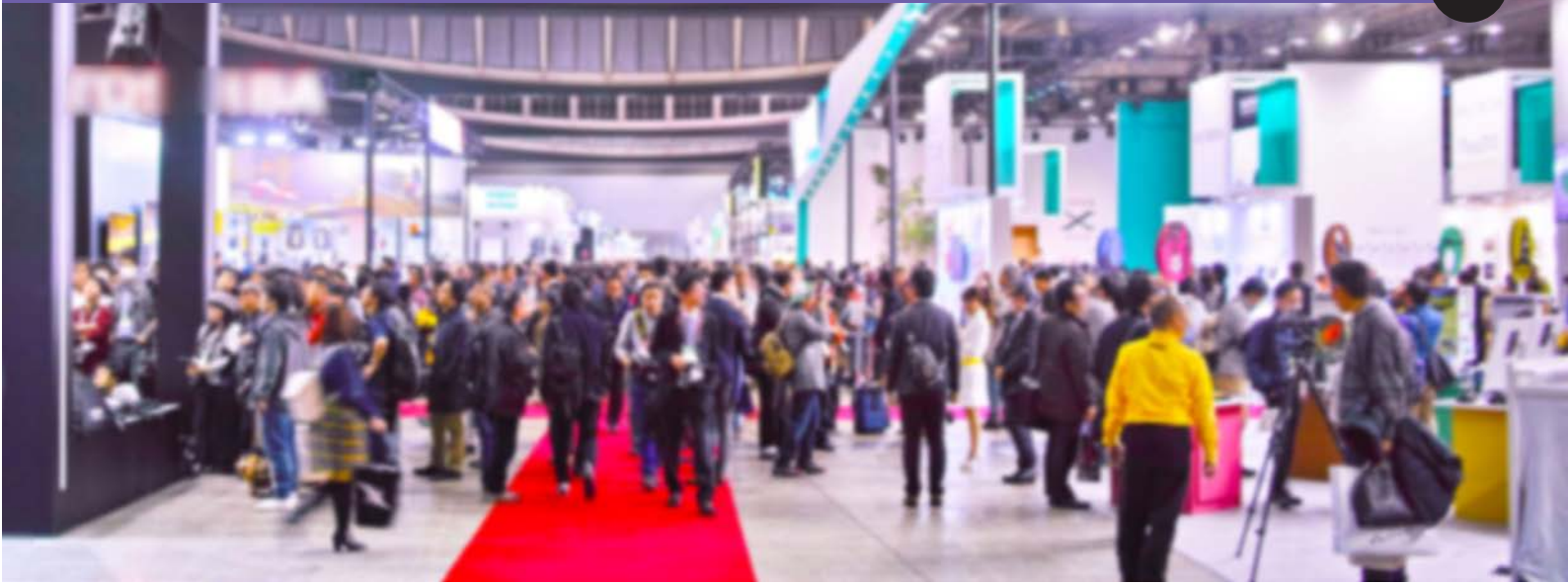


#34

Dela med er av kunskap. Håll ett seminarium. På de flesta mässor finns det en möjlighet att hålla ett seminarium. Det är bra av två anledningar. Dels får du uppmärksamhet från besökare, press, branskmänniskor och möjliga samarbetspartners/kunder. För det andra ser folk dig som en expert inom ditt område. Vart tror du att de vänder sig om de behöver en tjänst som liknar din? Se till att bjuda in folk innan, och låt titeln på seminariet vara lockande.

#35

Ordna sittplatser. Skapa sittplatser i din monter, det är lättare att skapa en relation med en kund som inte är på språng.



#36

Skapa passiv kontakt. Alla hinner inte prata med dig just nu. Ha en stor skål där intresserade kan droppa ner visitkortet. Räkna varje kontakt som en vinst. Jobba för fler kontakter. Det är mässans syfte.

#37

Skapa aktiv kontakt. Det sägs 1 av 20 som passerar din monter är en möjlig kund. Hitta den kunden. Försök att ta reda på köpintresse och om personen har auktoritet att köpa. Gör anteckningar direkt på personens visitkort så att du inte glömmer vad ni sagt.

#38

Gå på upptäcktsfärd. På mässor bygger du nätverk, se till att ha en back-up i montern så att du kan gå omkring när tillfälle ges. Det är på mässorna som du har chansen att verkligen studera dina konkurrenters bästa argument - det är här de visar sin spets. Spendera tid och prata med andra utställare och knyt kontakter för möjliga framtida samarbeten. Föreslå gemensamma marknadsaktiviteter med företag som kompletterar ditt företag.

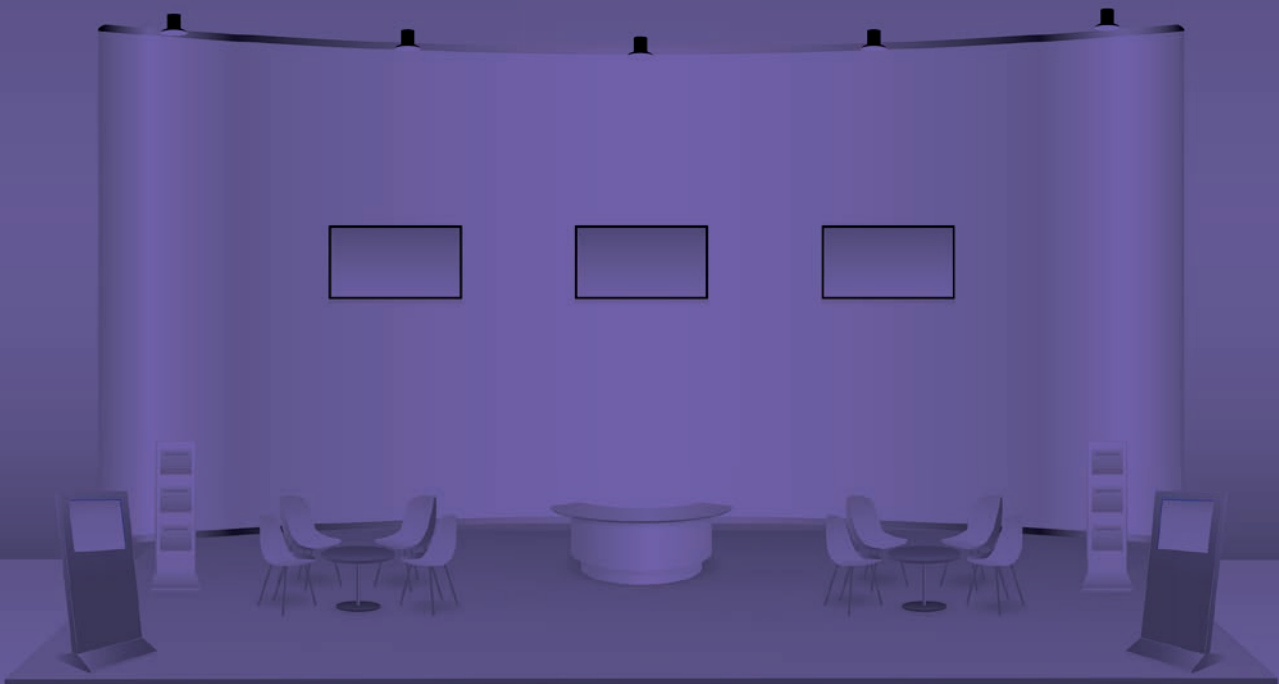
#39

Passa på att ta tempen på dina konkurrenters montrar vid nästa mässtillfälle, hur ser de ut, vad erbjuder de där, vad kan vi göra bättre. Kopiera självklart det som är bra, men försök också komma på något som skiljer ut din monter från konkurrenternas. Det är på mässorna som du har chansen att verkligen studera dina konkurrenters allra bästa argument.

...EFTER MÄSSAN

#40

Följ upp, följ upp, följ upp! Ring dina mest intresserade besökare direkt efter mässan (medan de fortfarande kommer ihåg dig - och före dina konkurrenter). Ju snabbare du bearbetar en kontakt du fått på mässan, desto större möjlighet till att nå resultat. Förbered text till mail eller tryckt kort/brev som skickas till nya kontakten under mässan eller direkt efter.







Välkommen till Åtta45 E-Butik

Hur kan man sticka ut ur mängden och locka fler besökare? Mycket kan du enkelt beställa i vår E-Butik. Allt övrigt får du hjälp av en av våra projektledare så att ni inte glömmer något.

Som totalleverantör av mässmaterial ser vi till att du inte missar något. Tillsammans med dig kan vi ta fram övergripande formgivning av din mässmonter, passande flygblad, broschyrer och andra produkter som besökaren kan ta med sig och därigenom minnas just ditt företag.

Och du, glöm inte att fylla på visitkort.

<https://www.atta45.se/e-butik/massa-och-monter/>

**Vi önskar er
lycka till med
nästa mässa!**





ÅTTA45[®]

PRINT & MEDIA PARTNER

08-553 348 00 | atta45.se