

Checklista inför kommande mässa

Några KfC tips inför mässan. Vi hoppas några av tipsen kan bli till nytta för Dig. Lycka till på mässan.

Internt

1. Utse projektansvarig

En person är ansvarig för allt – men delegerar en hel del. Projektledaren skapar Tid&Aktivitetsplanen.

2. TA Plan - gör en tid- och aktivitetsplan

Vem gör Vad och När - samt Kostnader och Tid per Aktivitet.

Tag fram almanackan redan nu. Avsätt arbetstid.

Räkna med 1/3 del före mässan, 1/3 under och 1/3 efter mässan.

2 dagar på mässan kräver minst 4 dagar runt mässan. Oftast mer...och allt ska klaras inom ramen för det vanliga arbetet. Det går givetvis inte... alltså måste prioriteringar göras. Och mässan är viktigare än det mesta. Inte tvärtom. Standardmisstag. A) Börja för sent. B) För lite tid inplanerad för uppföljning **direkt** efter mässan. C) Projektledaren har missat **detaljerna**. Bra förberedelser löser de flesta problem.

3. Utse projektgrupp

Projektansvarig utser projektgrupp - om det krävs.

4. Interninformera om mässdeltagande

Samtliga i företaget informeras om kommande mässa. En del mer – andra mindre. Men alla ska veta något.

5. Fastställ målsättning (mätbara mål)

Antal visitkort från besökare, försäljning kopplad till mässan, nya kunder eller andra mätbara mål.

6. Definiera målgrupp

Vilka vill vi nå på mässan? Vilka andra ska veta att vi deltar. Även de som ej besöker mässan kommer att ta intryck av mässan. Via media. Via hemsida. Via inbjudan, etc.

7. Kostnads- och intäktsanalys för projektet

Gör budget! Glöm inte alla kringkostnader. Frakter, annonser, hyra av vajer, restaurangbesök, hotell och alla andra småutgifter som snart blir kännbara.

8. Mässbudskap

Vad är viktigaste budskapet på mässan? Vad vill vi att besökaren ska få ut av ett besök i vår monter?

9. Utse monterpersonal

Vem står på mässan? Vem är ansvarig för att samtliga visitkort och tillhörande mötesanteckningar kommer till kontoret? Ett visitkort "kostar" ofta mellan 800-1500 kr/visitkort ! (Total mässkostnad / antalet visitkort). Byxfickor är fel lagerplats. Rensa hela tiden. Glöm inte ta med häftapparaten...

10. Förbered demo / info

Gå igenom i detalj vad som ska göras på mässan med berörd personal.

Gå igenom programmet under hela mässan. Träna monterpersonalen på det som ska demonstreras. Ingen tvekan inför publik. Kontrollera produkter som ska till montern. Demonstrationsdjävulen finns i alla produkter som ska visas publik! Alla i montern ska kunna hjälpa besökaren. Hon väntar *inte* tålmodigt.

Monterplanering

11. Personalutrymmen

Plats för kläder, väskor, skor, etc – dock ingen "samlingslokal" för fika...

12. Lagerutrymmen

Var ska trycksakskartonger, varuprover, mineralvatten placeras? Var placeras mässemballaget?

13. Monterdesign

2 sidor öppen monter ger mycket mässa för pengarna. 4 sidor öppen monter är oftast bäst – och dyrast. Gå upp på höjden. Hyr vajermontage eller välj våra högformatdisplayer. Häng gärna bannerbild i taket. Tänk i 3D!

14. Beställ monterbyggnation – eller bygg själv

Här finns pengar att spara eller spendera... tänk igenom noga. Besök www.kfc.se och granska portabla montrar innan beslut sker.

14. Ansöka om höjdbyggnation

Ofta bra och ekonomiskt. Välj montermaterial som enkelt kan byggas på höjd. Om Du får överskrida 2,5 meter.

15. Beställ monterutrustning

Och gör det i god tid.

16. Logistik - beställ transport.

Hur ska mässgodset transporteras till och från montern? Hyrbil med baklift? Egen palllyftare? Och var ska bilen parkeras?

17. Beställ städning, elanslutningar m m

Rent och snyggt hela tiden. På bord. På matta. Inget skräp någonstans. Kontrollera amperebehov.

18. Internet

Behövs det ? Kanske... men kanske ännu bättre är att ha websidorna på hårddisken istället. Det går snabbare och blir billigare.

19. Skylt, Text & Bild

Stora bilder – klara budskap. Rätt text och lite text. Låt trycksakerna ge detaljerna.

20. Försäkring

Kolla reseförsäkring. Kolla självrisk. Om någon under monterbygget ramlar från en stege och skadar tänderna – vad gör du då ? Arbetstegar i Budapest och Svensk tandvård fungerar inte alltid som man tror.

21. Borttransportering av tomemballage

Emballaget ska kunna användas även för returfrakten... Vi kan ge lite tips. Och berätta om wellpappkartonger som plötsligt ställts utomhus i hållregn på Älvsjö-mässan.

22. Vakter till montern vid sen aktivitet

Mobiltelefoner, dataprojektorer och laptop – är attraktivt för många. Viss försiktighet skadar inte.

23. Produkter i montern

Hur ska produkterna exponeras. Finns risk att de "försvinner"...

24. AV-utrustning

Kolla dataprojektorn innan Du åker. Kan alla hantera den nya PowerPoint presentationen ?

25. Broschyrer i montern

Aldrig slut. Vårdas väl. Exponeras hur? Tips! Se [Läs mer i eKatalog](#)

26. Till sist – drycker i montern

Mineralvatten är säkert. Öl luktar öl... och kaffefilter är söligt.

Externt

27. Informera återförsäljare, agenter, med flera.

... även om ni vet att inte alla kommer till mässan. Det finns förmodligen ingen anledning att inte berätta om publika evenemang till ert företags samtliga intressenter.

28. Informera era leverantörer

Ska era leverantörer involveras? Kanske de vill ge marknadssupport i form av del i mässkostnaderna eller leverera varuprover och trycksaker. Var ute i god tid och efterfråga deras support.

Marknadsföring /PR

29. Annonsering

Finns tidningar som delas ut som gratisex till besökarna? Informera om mässan även i övrig annonsering. Placera gärna en skylt i er egen företagsreception/entré riktad till era besökare – varför inte någon månad före mässan startar.

30. Mässinbjudan

Beställ biljetterna redan vid kontraktskrivningen med arrangören. Samma gäller utställarkorten. Bevaka sen att de kommer. Det händer nämligen att arrangörer skickar ut biljetterna alldeles för sent.

31. Annonsering i mässkatalog

Kan fungera, men granska priserna! Sen finns det mässkataloger som många inte skulle valt... Lär mer om Mässbranschens internationella förening – som varnar för FairGuide www.ufi.org/fairguide

32. Mässkataloguppgifter

Kontrollera egna företags- och produktuppgifter. Om arrangören har web info – förbered digitalt material, bilder, logo etc.

33. Aktiviteter i monter

Golf, pilkastning, tävlingar mm mm. Kanske kul – men ger det nåt? Lagom är bäst. Din tid ska även räcka för alla som vill prata med Dig.

34. Pressrelease + bilder

Gratis reklam för Dig och enkelt för journalisten. En fin kombination... tänk på att ha digitalt material (på nätet) och pappersbilder till pressreleasen.

35. Nya produkter

Nyheter är mycket tacksamma att visa på mässan. Tala om att Du har *** *Nyheter****.

36. Egna trycksaker samt varuprover

Samla ihop trycksakerna i ett paket om Du har flera "lösa" blad. Tänk på besökarens plastpåse vid hans hemkomst. Det kan ibland vara bättre att skicka vissa trycksaker efter mässan istället för att dela ut allt som man har här och nu.

Kundkontakt

37. Adressregister

Samla in alla uppgifter – glöm inte epostadressen.

38 Beställ mässinbjudan/biljetter

Hur många ska bjudas in? Beställ tidigt.

39. Bjuda in till kundaktivitet

Kvällsövning? Varför? Var? Vilka ska delta?

Boka rätt restaurang och gör det tidigt. Tänk på krognotan. Mässor höjer krogpriserna... undvik övningar efter 00.00 om möjligt...

Monterpersonal – peak performance

40. Boka flygresa och hotell

Alla vill bo på de bäst belägna hotellen. Och flyga på bästa tider. Boka ett år i förväg om det går...om inte... boka redan nu.

41. Monterbemanning

Endast motiverad och tränad personal i monter. Och inte för få personer. Besökare väntar inte.

42. Arbetsschema

Vem står när? Kom i tid varje morgon. Och när ska mobilen vara på?

43. Klädsel

Enhetlig? Javisst – men hur mycket ?

44. Visitkort

Kanske ett specialvisitkort ska tas fram. Besökaren ska nämligen komma ihåg just Dig ibland alla visitkort han fått. Och kanske tittar på imorgon eller om ett år...

45. Beställ utställarkort

... och glöm inte namnbrickor med lättläst namn = stor text.

46. Utbildning i mässidtagande

Oerfaren personal måste tränas före mässan. Viktigt för personen. Viktigt för laget. En bok kan rekommenderas – "Vinnande Mässa" Edward A. Chapman Jr. ISBN 91-7698-018-9

Beställes på förlagets hemsida www.isl-institute.com

47. Säljträning

Mässor kräver aktivitet. Och vi är på mässa för att öka försäljningen.

48. Startmöte före mässan

Generalrepetition. Då upptäckts det man glömt men inte vill ha gjort på mässan.

49. Genomgång efter varje mässdag

Vad gick bra idag? Och inte bra? Ska vi ändra något i mässan? Ta bort vissa trycksaker? Hur många viskort kom idag. Kan vi agera redan nu mot någon särskilt viktig kund? Kanske ringa kontoret och be någon faxa priser? Till sist. Kvällsövningarna och alkoholen.... och vitlöken.... vad gäller ?

Uppföljning – viktigast av allt !

50. Adressregister

Vilka kom? Vilka kategorier? Vilka ska registreras?

51. Brev

Skicka brev direkt. "Tack för att ni kom på vår mässa...skickar vår trycksak och återkommer per telefon".

52. Telemarketing

Ring inom 10 dagar. Helst 3.

53. Budget/Utfall

Gör efterkalkyl. Arkiveras till kommande mässa. Dyra erfarenheter ska man vara rädd om...

54. Mål / Resultat

Vad gav mässan? Var den bra?

55. Kom ihåg till nästa mässa

Viktiga notat att läsa inför kommande mässa. Om mässan varit riktigt bra – boka nästa mässa redan nu. Och denna gång på ännu bättre plats. Boka hotellet samtidigt.

Mässan slutar först 10 dagar efter att den slutat...

56. Summera

Efter 10 dagar - dax att summera mässlutet samt informera berörda. Resultat droppar sen troligtvis in under flera år. Rätt skött blir mässlutet en långsiktig investering.

57. NÖDCHECKLISTA

Vad gör Du när "allt" går snett? När mässgods försvinner. Ficktjuven lyckats. Hyrbilen går sönder. Monterpersonal blir sjuk. Tag några minuter och fundera på det som bara sker andra...

Lycka till !

*Denna checklista är inte komplett. Det är bara våra egna samlade erfarenheter.
Kfc 2008 Fil: Kfc-checklista-massa-20080331*
