

Mässan VVE

En marknadsplats

Varför Mässa?

- Stor möjlighet till att träffa nya och befintliga kunder.
- Kan de direktförsäljning och framtida beställningar.
- Utveckla nätverk

Förberedelser

- Vilka olika typer av montrar finns det?
- Vilka aktiviteter erbjuds och vilka kan vi vara med på?
- Vilka företag ska vara med?
- Kan vi bjuda in egna kunder?
- Vad kostar det att vara med?
- Var kommer vår monter att vara placerad?
- Kan vi påverka placeringen?
- När får vi komma in på mässan och bygga och när ska vi senast lämna mässan och ha tömt vår monter?
- Mässbudget
- Presentation av produkten: Dataanimation?

Monterns utformning

- Låt montern sticka ut – outside the box
- Designen ska stämma överens med UF företagets profil.
- Sidorna är viktiga, våra ögon drar till höger och vänster.
- Få besökarna att stanna till vid er monter.
- Försök att appellera till något eller några av: syn, hörsel, smak, lukt och känsel.
- Less is more.

Fundera över följande:

- Vad behöver vi för material till montern?
- Vad ska vi göra med monterväggarna och golvet?
- Behöver vi mer belysning än det som ingår?
- Ska vi ha enhetliga monterkläder eller namnskyltar?
- Vad kostar det vi vill ha?
- Hur får vi tag på material? Kan vi låna något?
- Behöver vi extra el eller annan teknisk service?
- Internetuppkoppling?
- Hur ska vi ta oss till och från mässan med allt vårt material?
- Vad ska vi göra med montermaterialet efter mässan?
Skänka bort?

Budskapet i monterern

- Lätt att se sändare: Logotyp och namn
- Formulera ert mässbudskap
- Använd känslomässig drivfjäder:
 - Humor
 - Romantik
 - Musik
 - Rädsla
 - Svår att få tag på
 - Modernt
 - Miljö
 - High Tech

Aktiviteter i monter

- Försök locka kunder in i monter:
 - Tävlingar
 - Rabatterbudanden
 - Provsmakningar
- Det är ej placeringen som avgör, det viktiga är att få besökarna att vilja besöka er monter.
- Första intrycket viktigt: fråga, fånga, intressera, locka.
- Säljaren är en viktig del av monter.
- Se checklistan s 233.