

Terminplan für erfolgreiche Messeauftritte

Der Schlüssel zum Messeerfolg liegt in der geordneten Planung und ganz besonders in der Zeitplanung. Ein exakt abgestimmter Terminplan ist die beste Voraussetzung eines erfolgreichen Messeauftritts. Wenn Sie Ihre Vorbereitungen frühzeitig beginnen, bleibt Zeit für Preisvergleiche, optimale interne und externe Abstimmungen und den kostengünstigen Einsatz von Ressourcen.

Hier sehen Sie exemplarisch, wie Sie bei jährlich wiederkehrenden Messen vorgehen sollten. Bei internationalen Leitmessen können die Vorlaufzeiten noch wesentlich länger sein, bei regionalen Verbrauchermessen deutlich kürzer.

Vor der Messe ist nach der Messe

12 Monate vor Messebeginn legen Sie die Messeziele und Strategien fest und beginnen mit der Vorauswahl des Messebaupartners. Sie melden Ihre Messebeteiligung beim Messeveranstalter an und verhandeln über die Platzierung des Standes.

6 Monate vor Messebeginn startet die Vorbereitung der Aktivitäten rund um Ihre Messebeteiligung. Sie wählen einen Messebaupartner aus, mit dem Sie Ihr Projekt realisieren werden.

5 Monate vor Messebeginn steht Ihr Messekonzept. Sie erarbeiten den Kostenplan und die flankierenden Maßnahmen rund um die eigentliche Messebeteiligung. Der Entwurf des Standes wird Ihnen präsentiert.

4 Monate vor Messebeginn sollten Sie spätestens den Auftrag an Ihren Messebaupartner vergeben haben, denn die rechtzeitige Planung und Vorbereitung spart Kosten.

3 Monate vor Messebeginn stehen Sie in engem Dialog mit Ihrem Messebaupartner und teilen ihm bitte alle neuen vom Konzept abweichenden Faktoren mit. Sie machen – falls notwendig – einen Probeaufbau eines Standbereichs.

2 Monate vor Messebeginn haben Sie intern festgelegt, wer den Stand während der Messe betreut. Sie beginnen mit den Personalschulungen, überarbeiten Ihre Informationsbroschüren und bereiten Einladungsaktionen vor. Gleichzeitig legen Sie Kriterien für die Erfolgskontrolle fest.

1 Monat vor Messebeginn stellen Sie spätestens sicher, dass wirklich alle Exponate verfügbar sind. Sie planen den Zeitbedarf für eigene Installationen auf dem Messestand. An Ihre Kunden verschicken Sie die Einladungen.

Unmittelbar vor Messebeginn übergibt der Messebaupartner den fertigen Stand an Sie.