



Forberedelse til messen

Tjek hvert punkt inden messen.

| Ingen tjekliste er bedre end, hvordan du bruger den. Undervurder aldrig forberedelsen.

Mål & fokus

- Har sat konkrete mål for messen (antal besøgende, leads, virksomheder).
- Har valgt 1-3 fokusprodukter; aldrig hele sortimentet på én gang.
- Har formuleret hvilke konkrete personer og virksomheder vi vil tale med.
- Har lavet huskeseddel med fordele og udbytte for hvert fokusprodukt.

Standpersonalet

- Har valgt medarbejdere med lyst til at stå på messen og som er udadvendte.
- Har trænet standpersonalet i god messeadfærd (kropssprog, kontaktsøgning).
- Har trænet alle i elevatortalen for fokusprodukterne (30-60 sekunder).
- Har aftalt ensartet og koordineret påklædning.
- Har aftalt vagtordning med faste pauser (15 minutter for hver 45 minutter).

Standen & materialer

- Har valgt billeder frem for tætskrevne tekster på vægge og roll-ups.
- Har planlagt gaver og en konkurrence, der knytter sig til vores fag.
- Har planlagt noget unikt, som andre stande aldrig gør.
- Har bestilt prislister, brochurer og visitkort i rigeligt antal.
- Har sørget for vand, sunde snacks og pastiller til personalet.

Kommunikation før messen

- Har annonceret deltagelsen på hjemmesiden 3-4 uger før.
- Har lagt messeinfo i mailsignatur på alle udgående mails.
- Har planlagt opslag på LinkedIn og Facebook før og under messen.
- Har briefet alle deltagende medarbejdere om at dele og selv poste.



Under messen

Start hver messe dag med at tjekke listen af i fællesskab.

Klar til start

- Er mødt ind på standen 30 minutter før åbning.
- Alle har gennemgået fokusprodukter og elevatortalen.
- Standen er pæn og ren. Derer fyldt op med brochurer, drikkevare og snacks
- Alle ved hvornår de har pauser og har "vagt" være på standen.
- Den ansvarlige for SOME opslag er klar med to ideer til opslag.

Sådan står du

- Står op altid - undtagen i pause eller møde.
- Står spredt på standen; aldrig flere end to i en gruppe.
- Står afslappet, smil, hils og får øjenkontakt.
- Se på dem der går forbi på gangen, hils og udstrål imødekommenhed-

Sådan taler du

- Stiller åbne spørgsmål til besøgende og forbipasserende.
- Giv elevatortalen når det er relevant.
- Giver visitkort og relevant materiale til alle du har samtaler med.
- Får visitkort af den besøgende og aftaler konkret dato og tid for næste kontakt.
- Giver alle besøgende 2-3 minutters opmærksomhed - også de mindre interessante.

Sådan opfører du dig

- Holder 15 minutters pause for hver 45. minut - altid udenfor standen.
- Spis kun udenfor standen.
- Ingen tyggegummi; tager en pastil efter rygning.



Evaluering af messen

Tjek hvert punkt efter messen.

Opfølgning og evaluering er hvad der adskiller den professionelle udstiller fra resten.

Dagen efter messen slutter

- Sendt personlig mail til alle der besøgte standen.
- Skiv en kort version af messens fokus og tak for besøget.
- Angiv hvem den besøgende skal kontakte for mere information.
- Alle visitkort samles hos én ansvarlig.

Inden for 48 timer: evalueringsmøde

- Hele standpersonalet er samlet til evalueringsmøde.
- Alle messens mål bliver gennemgået.
- Hvad virkede godt?!
- Hvad virkede dårligt?!
- Hvilke fejl kan vi lære af?
- Hvilke ting skal vi fastholde på næste messe.
- Alle input er skrevet ned som vidensbank til næste messe.

Opfølgning & aktivering

- Har sikret tid i kalenderen til at følge op på alle aftaler.
- Har lagt alle visitkort ind i CRM og kontaktdatabase.
- Har rakt ud til de besøgende på LinkedIn.
- Har fordelt opfølgningskontakter mellem sælgerne.

Mål på indsatsen

- Har sat måling op på salg, der kommer direkte eller indirekte fra messen.
- Har planlagt opfølgingsmåling 3 og 6 måneder efter messen.
- Har besluttet om vi deltager på samme messe igen (hvorfor eller hvorfor ikke).
- Har planlagt forberedelsen af næste messe, så vi starter i god tid.