

Arbeitshilfe Besuchereinladung / Seite 1

Tipp: Weil heute vieles digital passiert, können Sie sich mit einer individuellen und pfiffigen postalischen Einladung gut vom kommunikativen Einheitsbrei abheben.

Arbeitshilfe: Besuchereinladung

Einladungskonzept

Erstellen Sie ein mehrstufiges Konzept und nutzen Sie verschiedene Kommunikationskanäle, beispielsweise eine digitale Save-the-date-Information, eine attraktive postalische Einladung oder eine Reminder-notiz im Postkartenformat.

Adressdaten

Prüfen Sie die verschiedenen Quellen, die Sie nutzen können, beispielsweise

- ▶ die eigene Unternehmens-Datenbank
- ▶ die Messe-Datenbank oder spezialisiertes Adressmaterial des Messeveranstalters
- ▶ Mitgliederlisten von Verbänden
- ▶ Adressmaterial von Fachverlagen
- ▶ Netzwerk-Kontaktdaten
- ▶ Presseverteiler
- ▶ Adressbroker

Achten Sie vor allem auf die Aktualität der Daten, Stichwort Dubletten. Wir alle wissen: Datenbanken haben ihre Tücken und per Knopfdruck gibt es nicht die final korrekte Datenliste. Planen Sie deshalb mit einem ausreichenden Zeitpuffer.

Beim Ankauf oder der Nutzung gemieteter Adressen prüfen und beachten Sie bitte genau die Qualität der Daten und die rechtlichen Datenschutzbestimmungen und Anbieter-Vorschriften.

Quelle: Broschüre „Erfolgreiche Messebeteiligung“
Hrsg. AUMA, Ausgabe 2023
kostenfreier Download unter <https://www.auma.de/de>

Arbeitshilfe Besuchereinladung / Seite 2

Einladungsschreiben

Folgende Elemente sollte die Einladung enthalten:

- ▶ Bezeichnung Messe-Veranstaltung, Ort und Datum
- ▶ Halle, Standnummer
- ▶ Persönliche Ansprechpartnerinnen und -partner mit Kontaktdaten für eine Terminvereinbarung
- ▶ Informationen zu Neuheiten, Themen, Produkten oder Dienstleistungen
- ▶ Kontaktmöglichkeit per Telefon, E-Mail oder Website
- ▶ Möglichkeit, einen Eintrittskartengutschein anzufordern, alternativ direkt der Versand von Eintrittskartengutscheinen
- ▶ Hinweis, über welchen Messeeingang die Besucher auf kürzestem Weg zu Ihrem Stand finden.

Optional können Sie einen Besucher-Info-Flyer mit Hallenplan und Hotel- und Städtetipps oder Informationen zu interessanten Events wie beispielsweise Produktvorführungen oder Fachvorträgen einbinden.

Persönliche und telefonische Terminvereinbarung

Planen Sie für wichtige Besucherzielgruppen persönliche oder telefonische Nachfassaktionen ein, beispielsweise durch die Key-Account-Manager direkt oder mit Unterstützung des Innendienstes.

Alternativ können Sie für die Terminvereinbarung auf die externe Unterstützung durch spezialisierte Callcenter zurückgreifen.

Die Rückantworten müssen strukturiert und an einem Ort abgespeichert werden.

Kontrollieren Sie regelmäßig die Rückläufe und informieren Sie alle relevanten Abteilungen regelmäßig über den Aktionsstatus. Motivieren Sie immer wieder alle Beteiligten, aktiv und konsequent Termine zu vereinbaren.

Tipp: Machen Sie sich auch Gedanken über Ihren Kommunikationsstil: Wie motivieren Sie Ihre Zielgruppen zum Besuch und Gespräch am Stand? Der Stil aller Ihrer Kommunikationsmaßnahmen – von der Einladung über die Terminvereinbarung bis hin zum Dankeschreiben – sollte Ihren Zielgruppen entsprechen.

Quelle: Broschüre „Erfolgreiche Messebeteiligung“
Hrsg. AUMA, Ausgabe 2023
kostenfreier Download unter <https://www.auma.de/de>