

Checkliste: Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen

Aktivitäten	Bemerkung	Wer?
Planung Anzeigeninhalte und -schaltung vor und nach der Messe.		
Auswahl und Bestellung kostenfreier (Online-)Werbe-materialien beim Messeveranstalter, zum Beispiel Signets, Messelogos, Messebanner, Signaturbanner, Aussteller-Microsites zur Einbindung auf der eigenen Homepage, Geländepläne, Anreiseflyer und Besucherprospekte.		
Bestellung Eintrittskartengutscheine beim Messeveranstalter.		
Beim Messeveranstalter anfragen, ob es besondere Besucherprogramme gibt wie beispielsweise Messerundgänge, Networking-Veranstaltungen oder Hosted-Buyer-Programme, bei denen gezielt Anbieter und Nachfrager zusammengeführt werden.		
Beim Messeveranstalter anfragen, welche weiteren Präsentationsmöglichkeiten es im Rahmenprogramm gibt, wie beispielsweise Vorträge, Sonderschauen, Designwettbewerbe oder Innovationsforen.		
<p>Analoges und/oder digitales mehrstufiges Einladungskonzept für die Messe erstellen, zum Beispiel mit Save-the-Date-Information, zielgruppenspezifischen Einladungen, Reminder-Maßnahmen, Sondereinladungen für Events am Stand oder außerhalb.</p> <p>Planung von telefonischen Akquise- und Nachfassaktionen für Terminvereinbarungen mit dem Vertrieb vor der Messe.</p>		
Messe-Kommunikationskonzept am Stand und während der Messe planen und gestalten, zum Beispiel Live-Vorführungen am Stand, Promotionaktionen auf dem Messengelände, Teilnahme an Rahmenprogramm-Aktivitäten des Veranstalters, Events oder Kundenabend am Messestand, Rundgänge für bestimmte Besucherzielgruppen, Bewerber-Events oder Veranstaltungen am Stand wie beispielsweise Absolventen-Brunch.		

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

Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen / Seite 2

Aktivitäten	Bemerkung	Wer?
Katalog- und weitere Online-Einträge bei der Messegesellschaft vornehmen. Diese sind teilweise verpflichtend und meist kostenpflichtig.		
Homepage mit Messe-Informationen aktualisieren oder eine spezielle Messe-Microsite einrichten (zum Beispiel Hallenplan, Visualisierung Messestand, Terminvereinbarung online und/oder telefonisch, Events, Highlights und Anreiseinformationen).		
Messe-Hinweis in Ansage bei der Telefonwarteschleife integrieren.		
Integration der digitalen Werbemittel in die tägliche Kundenkommunikation beispielsweise über den E-Mail-Abbinde.		
VIP-Programm für besonders wichtige Kunden vorbereiten, beispielsweise Hotelbuchung, Shuttleservice, Reservierung in Restaurants.		
Pressekonzept zur Messe erstellen.		
Werbemöglichkeiten auf dem Messegelände beim Messeveranstalter und/oder Stadtmarketing prüfen.		
Planung, Konzeption und Umsetzung von Informationsmaterialien wie Prospekte und Broschüren analog und/oder digital.		
Planung, Konzeption und Umsetzung von Online- und Social-Media-Maßnahmen vor, während und nach der Messe.		
Planung von Events am Stand und/oder außerhalb des Messegeländes.		
Planung, Auswahl und Beschaffung von Give-aways und Werbegeschenken für verschiedene Besuchergruppen.		

Tipp: Messeveranstalter unterstützen ihre Aussteller in der Bewerbung ihrer Beteiligung mit vielen Maßnahmen. Nutzen Sie diese Möglichkeiten!

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