



2. Mails und Briefe

Etwa sechs Monate vor der Messe können Sie anfangen, in der Geschäftskartenspendenz auf Ihre Teilnahme hinzuweisen. Ändern Sie etwa die Signatur Ihrer E-Mails, oder kleben Sie Aufkleber mit dem Messedarum auf Ihre Post. Tipp vom Messe-Trainer Gundelach: „Die Sticker sollten nicht nur auf den Umschlag geklebt werden, sondern auch auf den Inhalt. Denn der Umschlag kommt häufig gar nicht beim Empfänger an.“ Werbematerial wie E-Mail-Abbilder, Flyer oder Sticker stellt der Veranstalter häufig kostenlos zur Verfügung.

3. Auf der Webseite

In den folgenden Monaten sollte Sie Ihre Webseite aufräumen. Dabei können Sie mehr tun, als das Datum der Messe bekannt zu geben und einen Link zum Veranstalter zu senden. „Wenn schon jemand auf meiner Webseite ist, dann schicke ich ihn doch nicht wieder weg“, sagt Messe-Coach Esche. Wer es seinen Kunden besonders einfach und komfortabel machen will, versorge sie am besten direkt mit allen wichtigen Informationen. „Man kann die Registerkarte zusammenstellen: Halten Sie ersichtlichen Weg zu uns, Flyer und Rabattprogramm“, rät Esche.

Erwähnen Sie auch, wer der richtige Ansprechpartner für die Messe ist und wie er erreicht werden kann. Sie können auch freeterminlos anbieten, oder ein Formular einbinden, auf dem der Besucher einen Terminvorschlag hinterlassen kann. Trainer Daniel Gundelach fasst zusammen: „Machen Sie es dem Besucher so leicht wie möglich, mit Ihnen Kontakt aufzunehmen.“



4. Einladungen

Wenn Sie Ihre Kunden und Partner schriftlich einladen wollen, sollten Sie dies vier bis sechs Wochen vor der Messe tun. Coach Esche empfiehlt, bei solchen Einladungen die Perspektive des Kunden einzunehmen. Schreiben Sie nicht: Wir sind die Größten, Schnellsten und dem Kunden einen Grund, warum er Sie besuchen kommen sollte. Beispielsweise drei Gründe, warum wir uns sehen sollten: 1. Neuer Mitarbeiter 2. Neues Produkt 3. Neuer Workshop.“

Wer es etwas ausgefallener mag, dem empfiehlt Esche das Schlüssel-Schloss-Prinzip. Aussteller können der Einladung etwas beizubringen: zum Beispiel ein Päckchen Zucker mit dem Hinweis, dass es die Tasse Kaffee dazu am Stand gibt, oder eine VIP-Karte, die dem Besucher erlaubt, seinen Koffer bei Ihnen unterzustellen. Auch die Spendenaktion von Scarenergy funktioniert nach diesem Prinzip.

5. Am Telefon

Haben Sie noch nichts von Ihren Wunschbesuchern gehört, sollten Sie dort rund zehn Tage vor der Messe anrufen. „Viele Menschen haben vor kurz vorher, ob sie eine Messe auch wirklich besuchen“, sagt Messe-Coach Esche.

CHECKLISTE FÜR DIE MESSEINLADUNG

Wer eine Einladung an potenzielle Kunden verspricht, sollte darauf achten, keine wichtigen Informationen zu vergessen

Hauptinformationen

Die wichtigsten Angaben in einer Messeinladung sind Ort und Datum. Zudem sollten Sie auf jeden Fall klarmachen, was der Besucher für einen konkreten Nutzen aus einem Treffen mit Ihnen ziehen kann: Was stellen Sie aus? Was bringen Sie für Neuheiten mit?

Ansprechpartner

Welche Mitarbeiter wird man auf der Messe treffen können? An wen kann man sich wenden, um vorher einen Termin zu vereinbaren? Besucher wollen wissen, mit wem sie es zu tun ha-

ben. Nennen Sie alle wichtigen Kontaktdaten und falls möglich bereits feste Termine.

Weg zum Stand

Damit die Besucher Sie besonders einfach finden, können Sie in der Einladung schon den Hallenplan mit Standnummer und Standortnummer, einen Wegweiser zum Stand oder einen Besucherprospekt mitschicken.

Kleine Anreize

Geben Sie einen weiteren Grund, Sie auf der Messe zu treffen. Veranstalter bieten meist Gutscheine für Eintrittskarten an, die Sie für Ihre Kunden kaufen können. Legen Sie

außerdem ein kleines Messgeschenk bei. Diese funktionieren am besten nach dem Schlüssel-Schloss-Prinzip (siehe Seite 4).

Zusätzliche Infos

Mit zusätzlichen Informationen können Sie Ihren Kunden und Partnern den Messebesuch besonders bequem gestalten. Stellen Sie eine Liste spannender Vorträge zusammen, legen Sie eine Fallkarte der Messedat bei, oder geben Sie Tipps für gute Restaurants. Sie können auch anbieten, Zimmerbelegung oder Anreise zu organisieren.

Die neue Erlebnis-Dimension Messe

Die Koelnmesse ist so stark wie nie und die Zukunft sieht gut aus.

Das globale Messe-Netzwerk wächst und die führende Rolle in den Bereichen Ernährung, Einrichten und Digital Entertainment wird weiter ausgebaut. Jetzt startet die Koelnmesse in die Zukunft – mehr unter:

www.koelnmesse.de

