

Checkliste: Ablauf einer Messeplanung

Strategische Messeplanung – Definition von Zielen

Warum soll Ihr Unternehmen an dieser Messe teilnehmen?	Was wollen Sie auf der Messe präsentieren?	Wer soll auf der Messe wie erreicht werden?
		Welche Zielgruppen werden Sie auf dieser Messe vorfinden und welche nicht? Welches Informationsverhalten weist die anzusprechende Zielgruppe auf?
Präsenz vor dem Wettbewerb zu demonstrieren	Das Unternehmen als Ganzes	Mittler Vertriebsorganisation
Um das Ohr am Markt zu haben	Vorstellung neuer Produkte	Gewerbliche oder private Kunden
Messe Akquisitionsplattform		Entscheider
Messe als geeignete Werbe- und/oder Verkaufs-Plattform		Einzelne Person oder Gremien
Zur aktiven Kundenpflege		Multiplikatoren Presse
Zur Erschließung neuer Märkte		Tageszeitungen oder Fachblätter
Gibt es ein „internes Motto“?		Fachbesucher
		Publikum
		Stammkunden
		Neue Kunden
Auf das WESENTLICHE konzentrieren		

Fortsetzung



Übersicht Messeplanung

