

Messe-Checkliste.

PHASE 1

6-12 Monate vor der Messe.

Die strategische Weichenstellung — „Mission: Messe-Zielsetzung“

- | | |
|---|---|
| ☐ Messeziel definieren
Wollen Sie Leads generieren, bestehende Kunden betreuen oder Ihre Marke stärken? Setzen Sie klare KPIs! | ☐ Budget planen
Berücksichtigen Sie Standgebühren, Reisekosten, Werbemittel & Personal. Frühbucherrabatte sichern! |
| ☐ Die richtige Messe auswählen
Prüfen Sie Besucherprofile, Ausstellerzahlen und Wettbewerber. | ☐ Standplatz buchen
Je früher, desto besser! Top-Lagen sind schnell vergriffen. |
| ☐ Reise- und Unterkunftsplanung
Wer reist wann an? Früh buchen spart bares Geld! | ☐ Fristen und Deadlines festhalten
Ein eigener Abschnitt in Ihrer Checkliste hilft, den Überblick zu behalten. |

INSIDER-TIPP

Messeveranstalter bieten oft vergünstigte Hotelkontingente an – fragen lohnt sich!

PHASE 2

3-6 Monate vor der Messe.

Ihr Messestand als Publikumsmagnet — „Mission: Kundenmagnet“

- | | |
|---|--|
| ☐ Messestand-Konzept finalisieren
Soll es clean & professionell oder kreativ & auffällig sein? Ihre CI sollte klar erkennbar sein. | ☐ Marketingmaterialien produzieren
Flyer, Banner, Visitenkarten, Giveaways: Was passt zu Ihrer Zielgruppe? |
| ☐ Technische Ausstattung planen
Benötigen Sie Monitore, Tablets, WLAN oder spezielle Lichtinstallationen? | ☐ Werbemaßnahmen starten
Teasern Sie Ihren Messeauftritt in Social Media, Mailings oder mit exklusiven VIP-Einladungen. |
| ☐ Eventuelle Vorträge oder Demos vorbereiten
Welche USPs wollen Sie präsentieren? Ein knackiger Pitch ist Gold wert! | ☐ Lead-Management-System einrichten
Digitalisierte Besuchsberichte und CRM-Anbindung erleichtern die Nachverfolgung. |

GAMECHANGER

Interaktive Elemente wie Gewinnspiele oder Live-Demos sorgen für längere Verweildauer am Stand!

PHASE 3

1 Monat vor der Messe.

Die heiße Phase beginnt! — „Mission: Perfektes Timing“

- | | |
|--|--|
| ☐ Meetings & Termine vereinbaren
Nutzen Sie Messe-Apps oder E-Mail-Kampagnen zur gezielten Kontaktaufnahme. | ☐ Team-Training durchführen
Wer pitcht was? Welche Argumente ziehen? Jetzt ist die Zeit für ein Sales-Training! |
| ☐ Check der Technik
Funktionieren WLAN, Präsentationen, Displays? Lieber vorher testen als auf der Messe verzweifeln. | ☐ Packliste finalisieren
Nichts vergessen: Adapter, Ladekabel, Notfall-Kit (Blasenpflaster, Snacks, Powerbank). |
| ☐ Social Media Posts vorplanen
Teaser-Posts steigern die Besucherfrequenz! | |

EXTRA-TIPP

Eine „Messe-Notfallbox“ mit Gaffa-Tape, Ersatzkabeln und Snacks kann den Tag retten!

PHASE 4

Am Messetag.

Showtime — „Mission: Erfolgreicher Auftritt“

- | | |
|--|--|
| ☐ Frühzeitig am Stand sein
Ein letzter Check, ob alles sitzt und steht. | ☐ Tägliches Teambriefing
Ziele und To-dos durchgehen. Wer übernimmt welche Aufgabe? |
| ☐ Leads konsequent erfassen
Handschriftliche Notizen sind oldschool – nutzen Sie digitale Lösungen! | ☐ Live-Content erstellen
Videos, Fotos & Stories direkt von der Messe posten! |
| ☐ Nachbereitung starten
Erste Leads filtern und priorisieren, Follow-ups vorbereiten. | |

PROFI-TIPP

Wer erst nach der Messe mit der Nachverfolgung beginnt, verliert bis zu 80 % des Potenzials!

PHASE 5

Nach der Messe.

Der finale Erfolgsschub — „Mission: Nachhaltige Wirkung“

- | | |
|--|---|
| ☐ Leads bewerten und Follow-up starten
Wer hat echtes Potenzial? Schnelles Nachfassen zeigt Professionalität! | ☐ Erfolgskontrolle durchführen
Wurden die Messeziele erreicht? Was kann verbessert werden? |
| ☐ Kosten analysieren
War die Investition rentabel? Welche Budgets sollten angepasst werden? | ☐ Learnings für die nächste Messe dokumentieren
Erfolgreiche Maßnahmen sichern und Fehler vermeiden! |
| ☐ Social Media Recap posten
Teilen Sie die Highlights der Messe mit Ihrer Community | |

EXKLUSIVER TIPP

Ein persönliches Dankeschön an vielversprechende Kontakte hebt Sie von der Masse ab!