

Die größten Stolpersteine im Messe-Marketing

... und wie Sie diese vermeiden.



Gratis Messe-Checkliste
auf der Rückseite

Für mehr Sichtbarkeit

Für mehr Besucher

Für mehr Erfolg
grafikteam.de/messemarketing

GRAFIKTEAM
WERBEAGENTUR



Sie sind der Stand, über den alle reden. Nicht der, über den alle hinwegsehen!

Mit inzwischen **über 50 Mitarbeitenden** unterstützt Grafikteam **seit mehr als 50 Jahren** Unternehmen, sich nicht nur auf Messen zu präsentieren, sondern zu dominieren – mit Werbemaßnahmen, die Eindruck hinterlassen und Messebesucher gezielt in Kunden verwandeln.

Warten Sie nicht, bis Ihnen die Konkurrenz die Show stiehlt. Kontaktieren Sie mich gleich und lassen Sie uns gemeinsam über Ihre Messeplanung sprechen.

Ewald Wagner
Leitung Kundenbetreuung

Telefon +49 781 9666-200
ewald.wagner@grafikteam.de

Für mehr Sichtbarkeit

Für mehr Besucher

Für mehr Erfolg

grafikteam.de/messemarketing

GRAFIKTEAM
WERBEAGENTUR

Scheerbünd 3, 77654 Offenburg, Telefon +49 781 9666-100, grafikteam.de

Vermeiden Sie diese 4 großen Stolpersteine:



Stolperstein #1

Ihr Messestand sieht gut aus, aber niemand bleibt stehen.

Ein schöner Stand allein bringt nichts, wenn niemand anhält!

Lösung #1



Entwickeln Sie eine **kreative Kampagne** mit uns, die **schon vor der Messe Neugier weckt und gezielt Besucher anzieht** – mit Social-Media-Teasern, kreativen Einladungsmailings und spannenden Messe-Teasern auf Ihrer Website.

Stolperstein #2



Sie haben viele Besucher, aber wenig echte Kontakte.

Flyer stapeln sich, Gespräche bleiben oberflächlich – und nach der Messe wissen Sie nicht, wen Sie kontaktieren sollen?



Lösung #2

Setzen Sie auf interaktive Erlebnisse sowie smarte Lead-Erfassung. **Mit Gewinnspielen, interaktiven Aktionen oder Social Media-Challenges machen wir Ihren Stand zur Anlaufstelle** und sorgen dafür, dass Besucher ihre Kontaktdaten freiwillig hinterlassen.



Stolperstein #3

Nach der Messe passiert ... nichts.

Die meisten Kontakte verpuffen, weil sie nicht systematisch weiterverfolgt werden.

Lösung #3



Entwickeln Sie mit uns **eine clevere Nachfass-Kampagne**, die Ihre neuen Leads mit Storytelling, kreativen Mailings oder personalisierten Retargeting-Anzeigen aktiv hält – so werden aus Besuchern Kunden.

Stolperstein #4



Messeplanung auf den letzten Drücker – garantiert stressig & teuer.

Viele starten ihre Messeplanung zu spät – und landen dann bei teuren Notlösungen. Wer erst kurz vor knapp anfängt, hat keine Chance auf eine durchdachte Kampagne.



Lösung #4

Suchen Sie sich **frühzeitig eine Werbeagentur**. Wir von GRAFIKTEAM aus Offenburg **unterstützen sie dabei, eine kreative Strategie zu entwickeln**, die nicht nur die Standgestaltung, sondern auch die komplette Marketing-kommunikation mit einbindet.

Messebesucher begeistern? Mit dieser Strategie klappt's!

Fazit

Wer auffallen will, braucht mehr als nur einen schönen Messestand.

Ihr Messestand ist nur die Bühne. Die Show beginnt jetzt!

Nur wer begeistert, bleibt im Kopf.

Ihr Messestand kann noch so schön sein – ohne die richtige Strategie verpufft Ihre Investition im Messetrübel. Wollen Sie das wirklich riskieren?



Unsere Erfolgsformel für Ihren nächsten Messestand



Ganzheitliche Messe-Strategie

Vor, während und nach der Messe für maximale Reichweite und nachhaltigen Erfolg.



Kreative Werbemittel mit Wirkung

Banner, Broschüren, Flyer und Streuartikel, die im Kopf bleiben.



Wirkungsvolle Messestand-Aktionen

Gewinnspiele, Live-Erlebnisse, interaktive Highlights für mehr Aufmerksamkeit.



Wandgestaltung, die fesselt

Visuelles Storytelling von der Standwand bis ins Detail.

Wir liefern die Ideen,

damit Sie nicht nur auf der Messe dabei sind, sondern herausstechen!



Für mehr Sichtbarkeit

Für mehr Besucher

Für mehr Erfolg

grafikteam.de/messemarketing

Messe-Checkliste

Von der Planung bis zum Follow-up: **So wird Ihre Messe ein Erfolg!**



1 6–9 Monate im Voraus Frühzeitige Planung

Zielsetzung & Budgetfestlegung

- ☐ **Zielgruppenanalyse**
 - Definieren Sie Ihre Zielgruppen – Wer wird auf der Messe erwartet (z. B. Interessenten, Kunden, Hersteller, Lieferanten, Einzelhändler)? Segmentieren Sie die Zielgruppen nach Interessen und Bedürfnissen.
- ☐ **Budgetfestlegung**
 - Ermitteln Sie ein Budget, das alle Kosten umfasst, z. B. für den Standaufbau, Werbemittel, Werbematerial, digitale Kampagnen und Personal. Eine detaillierte Budgetaufstellung ist entscheidend, um alle geplanten Maßnahmen im Rahmen des Budgets zu realisieren.

Strategieentwicklung

- ☐ **Zieldefinition**
 - Was möchten Sie mit der Messe erreichen? Markenbekanntheit erhöhen, neue Kunden gewinnen, Geschäftspartner treffen, Produkteinführungen durchführen?
- ☐ **Messkriterien**
 - Legen Sie fest, wie Sie den Erfolg messen wollen: Anzahl der generierten Leads, Traffic auf der Messe-Website, Social Media-Engagement, abgeschlossene Verträge.

2 4–6 Monate im Voraus Gestaltung & Werbemaßnahmen

Messewände & Standgestaltung

- ☐ **Konzeption & Design der Messewände**
 - Design:** Die Gestaltung sollte die Corporate Identity (CI) widerspiegeln und eine klare, visuelle Hierarchie bieten. Nutzen Sie große Grafiken, die aus der Ferne sichtbar sind. Farbgebung, Logos und Slogans müssen harmonisch und ansprechend sein.
 - Interaktive Elemente:** Überlegen Sie, wie Sie den Besuchern interaktive Erlebnisse bieten können (z. B. Touchscreens, Augmented Reality oder Produkttests).
 - Wandgröße und Struktur:** Stellen Sie sicher, dass der Stand sowohl funktional als auch visuell auffällig ist, mit ausreichend Platz für Gespräche und Präsentationen.
 - Beleuchtung:** Planen Sie gezielte Beleuchtung für den Stand, um bestimmte Produkte hervorzuheben und eine einladende Atmosphäre zu schaffen.

Standaktionen

- ☐ **Gewinnspiele & Wettbewerbe**
 - Attraktive Preise und QR-Codes oder Tablets für die digitale Anmeldung und Lead-Erfassung.
- ☐ **Interaktive Aktionen**
 - Produkt-Demos, VR-Erlebnisse oder interaktive Touchscreens sowie Workshops oder kurze Präsentationen zur Besucherbindung.
- ☐ **Social Media-Challenges**
 - Hashtag-Aktionen, bei dem Teilnehmende mit einem Foto oder Video von Ihrem Stand einen Preis gewinnen können oder Live-Streams sowie Behind-the-Scenes-Übertragungen für zusätzliche Aufmerksamkeit.
- ☐ **Gamification**
 - Spiele, Stand-Rätsel oder interaktives Quiz, die Besucher aktiv einbinden und Leads generieren.

Werbeartikel

- ☐ **Auswahl der Werbeartikel**
 - Zielgruppen-Relevanz
Passend, nützlich, interessant?
 - Markenwirkung
Logo sichtbar, langfristige Nutzung?
 - Praktischer Nutzen
Während & nach der Messe verwendbar?
 - Qualität & Langlebigkeit
Kein Wegwerfprodukt?
 - Innovation & Einzigartigkeit
Kreativ & auffällig?
 - Nachhaltigkeit
Umweltfreundlich & ressourcenschonend?
 - Kosten-Nutzen-Verhältnis
Effektiv & budgetgerecht?
 - Transport & Logistik
Leicht & einfach verteilbar?

Werbemittel

- ☐ **Informationsmaterial**
 - Flyer, Broschüren & Produktkataloge:** Klar strukturiert, optisch ansprechend und informativ.
 - Call-to-Action:** Fügen Sie Handlungs- & Kontaktauforderungen wie „Jetzt mehr erfahren“ oder „Jetzt anfragen“ ein.
- ☐ **Verkaufsunterlagen**
 - Visitenkarten & Verkaufsmappen:** Gedruckt oder digital verfügbar, für eine professionelle Nachbereitung und nachhaltige Kundenbindung.
- ☐ **Präsentationsmaterial**
 - Imagefilme, Produktvideos & interaktive Präsentationen:** Hochwertige Bewegtbild-Inhalte zur Stärkung der Markenbotschaft. Nutzen Sie Monitore am Stand für visuell ansprechende Produktvorstellungen und interaktive Inhalte.

Digitale Werbung & Social Media

- ☐ **Social Media-Kampagne**
 - Content Plan:** Entwickeln Sie einen Plan, wann und welche Inhalte veröffentlicht werden, z. B. Teaser-Videos, Behind-the-Scenes-Aufnahmen vom Standaufbau, und spannende Fakten zu Ihrem Unternehmen.
 - Social Media-Ads:** Erstellen Sie gezielte Werbeanzeigen (z. B. auf Facebook, Instagram oder LinkedIn), um die Messeanmeldung zu fördern. Denken Sie an gesponserte Beiträge und bezahlte Werbung, um die Reichweite zu vergrößern.
 - Hashtags:** Verwenden Sie spezifische Hashtags für die Messe, damit alle Beiträge rund um Ihre Messeaktivitäten leicht auffindbar sind.
- ☐ **Landingpage für die Messe**
 - Alle wichtigen Informationen über Ihre Teilnahme auf einer Seite (z. B. Standnummer, Produkte, besondere Aktionen). Bieten Sie Besuchern die Möglichkeit, sich für Messebesuche anzumelden oder vorab einen Termin zu buchen.
- ☐ **Messe-Teaser**
 - Machen Sie auf Ihrer Website direkt auf der Startseite auf die Messe aufmerksam.

3 2–3 Monate im Voraus Messevorbereitung

Einladungen & Anmeldung

- ☐ **Personalisierte Einladungen**
 - Per E-Mail oder als physische Einladung: Versehen Sie die Einladung mit einem klaren Call-to-Action (z. B. Terminvereinbarung oder Rabatte).
- ☐ **VIP-Einladungen**
 - Für Schlüsselkunden oder Partner senden Sie exklusive VIP-Einladungen, ggf. auch mit zusätzlichen Vorteilen wie Eintrittsgutscheinen oder Einladungen zu einem exklusiven Event auf der Messe.

Pressearbeit

- ☐ **Pressemitteilung erstellen**
 - Eine professionelle Pressemitteilung, die Ihre Teilnahme an der Messe ankündigt, ist wichtig, um mediale Aufmerksamkeit zu gewinnen. Heben Sie dabei neue Produkte oder Dienstleistungen hervor.
- ☐ **Presse-Kontakte**
 - Erstellen Sie eine Liste relevanter Journalisten und Redaktionen, die sich mit Ihrer Branche beschäftigen, und versenden Sie die Pressemitteilung.

Werbemaßnahmen intensivieren

- ☐ **Social Media-Teaser und Ankündigungen**
 - Beginnen Sie mit gezielten Social Media-Ads, um Ihre Messebeteiligung anzukündigen. Nutzen Sie auch Stories und Posts, um Countdown-Elemente einzubauen, sodass Ihr Stand als „Must-See“ hervorgehoben wird.
- ☐ **E-Mail-Marketing**
 - Setzen Sie auf E-Mail-Marketing, um Besucher zur Messe einzuladen und spezielle Angebote oder Events am Stand zu bewerben (z. B. Rabatte, Aktionen).

4 1 Monat im Voraus Finale Vorbereitung

Logistik & Standaufbau

- ☐ **Materialien produzieren & versenden**
 - Stellen Sie sicher, dass alle Werbemittel (Flyer, Broschüren, Werbeartikel) und Ausstattungen für den Stand rechtzeitig produziert und an den Veranstaltungsort verschickt werden.
- ☐ **Checkliste für den Standaufbau**
 - Erstellen Sie sich eine detaillierte Checkliste für den Aufbau des Messestands, inklusive Lieferung der Messewände, Technik, Displays und der Produkte, die vor Ort präsentiert werden sollen.

Training des Messe-Personals

- ☐ **Briefing**
 - Sorgen Sie dafür, dass das gesamte Messepersonal mit den Zielen der Messe, den Produkten, den Werbemitteln und dem Standdesign vertraut ist. Auch ein kurzes Training zu Verkaufs- und Kommunikationstechniken ist sinnvoll.

Letzte Social Media-Aktionen

- ☐ **Werbung intensivieren**
 - Veröffentlichen Sie in den letzten zwei Wochen vor der Messe verstärkt (bezahlte) Werbung auf Social Media, um mehr Aufmerksamkeit zu erzielen.

5 Während der Messe Tagesgeschehen

Live-Kommunikation

- ☐ **Social Media-Updates**
 - Posten Sie regelmäßig während der Messe (Fotos, Videos, Interviews mit Besuchern oder Partnern), um das Interesse zu steigern und Besucher zu motivieren, Ihren Stand zu besuchen.
- ☐ **Live-Streams**
 - Wenn möglich, bieten Sie Live-Streams oder Videos von Ihrer Standaktivität (z. B. Produktvorführungen) an, um das Engagement zu fördern.
- ☐ **Besucheraktionen**
 - Planen Sie tägliche Aktionen wie: Gewinnspiele mit attraktiven Preisen, Live-Demonstrationen Ihrer Produkte sowie Rabattaktionen nur für Messebesucher.

6 1–2 Wochen im Anschluss Nach der Messe

Nachbereitung & Follow-up

- ☐ **Dankeschön-E-Mails**
 - Versenden Sie innerhalb von 1 Woche nach der Messe personalisierte Dankeschön-E-Mails an alle Leads und Partner, mit Angeboten oder weiterführenden Informationen.
- ☐ **Leads auswerten**
 - Analysieren Sie, welche Leads während der Messe generiert wurden und kümmern Sie sich um eine schnelle Nachverfolgung.
- ☐ **Nachfass-Kampagne**
 - Entwickeln Sie eine clevere Nachfass-Kampagne, die Ihre neuen Leads mit Storytelling, kreativen Mailings oder personalisierten Retargeting-Anzeigen aktiv hält – so machen Sie aus Besuchern Kunden.

Evaluierung & Feedback

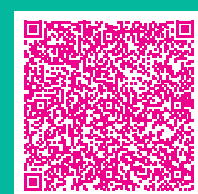
- ☐ **Ergebnisse messen**
 - Auswertung der Messeziele:** Wurden die Zielsetzungen erreicht? Wie viele Leads wurden generiert? Wie hoch war der Social Media-Traffic?
- ☐ **Feedback sammeln**
 - Fragen Sie Mitarbeitende, Partner und Kunden nach Feedback zur Messepräsenz und verbessern Sie kontinuierlich den Prozess.

Social Media-Recap

- ☐ **Post-Messe Highlights**
 - Veröffentlichen Sie ein Highlight-Video oder eine Zusammenstellung der besten Messefotos, um den Erfolg Ihrer Teilnahme zu kommunizieren und Ihre Community weiter zu binden.



Sie sind der Stand, über den alle reden – nicht der, über den alle hinwegsehen!



Gleich QR-Code scannen und Kontakt digital speichern.

Genug mit der Konkurrenz – lassen Sie uns Ihre Marke unvergesslich machen! Kontaktieren Sie mich gleich und starten Sie Ihre Messe-Metamorphose noch heute:

Ewald Wagner
Leitung Kundenbetreuung
Telefon +49 781 9666-200
ewald.wagner@grafikteam.de