



ZP Europe
Koelnmesse
17. bis 19. September 2019

How to

Besuchermarketing

HIGHLIGHT TOPICS

// FUTURE
OF WORK

// STARTUP

// CORPORATE
HEALTH

// RECRUITING
& ATTRACTION

// SERVICES &
OPERATIONS

// DIGITAL LEARNING
EXPERIENCE

// 360° HR ERLEBEN

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

Der entscheidende Erfolgsfaktor für eine Messebeteiligung ist eine sorgfältige Planung. Mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen können Sie als Messeaussteller sicherstellen, die für Sie relevanten Besucher an Ihrem Stand begrüßen zu können. Zwar investieren wir als Veranstalter in die Bewerbung der Messe bei Besuchern, dies bedeutet jedoch nicht automatisch, dass diese Besucher mit Ihnen kommunizieren.

Tipps für die richtige Ansprache haben wir Ihnen in diesem Dokument zusammengetragen.



Stärken Sie Ihr Image und Ihre Marktposition



Erweitern Sie Ihren Kundenstamm



Generieren Sie mehr qualitative Leads

1

Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2

Zielgruppe & Messeziele

3

Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4

Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5

Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Wen wollen Sie wie erreichen?

Bevor Sie mit der Planung der Werbemaßnahmen beginnen, werden Sie sich über die Besucherzielgruppe der jeweiligen Messe bewusst. Sowohl das Angebot vor Ort als auch die entsprechenden Maßnahmen, sollten auf den Messebesucher und auf dessen Messeziele ausgerichtet sein.

Messeziele Ihrer Besucher:

- Informationen über Neuheiten
- Marktübersicht
- Weiterbildung & Wissensvermittlung
- Informationsaustausch
- Business

Wen wollen Sie wie erreichen?

Überlegen Sie sich, wie sich diese Ziele mit einem Besuch bei Ihnen erreichen lassen. Die Beantwortung der folgenden Leitfragen, kann Ihnen dabei helfen Ihre Relevanz in den Augen der Besucher zu steigern.

- **Versorge ich Interessenten mit relevanten Produktinformationen?**

> Qualität statt Quantität!

- **Bin ich überall sichtbar?**

> Social Media, Webseite, vor Ort, Besucherführung, Sponsoring & Werbeleistungen

- **Wie positioniere ich mich am besten als Wissensträger?**

> Mit Vorträgen und Workshops schaffen Sie einen Mehrwert und bleiben in Erinnerung

- **Trete ich in den Kontakt mit meiner Zielgruppe?**

> Panels und Diskussionsrunden können eine gute Möglichkeit sein, sich mit Ihrer Zielgruppe auszutauschen und sich als Experte zu etablieren

- **Lädt mein Stand zum Verweilen ein?**

> Anregungen zum Verweilen können gemütliche Sitzmöglichkeiten oder kostenlose „Give aways“ wie Kaffee oder Naschereien sein.

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Kündigen Sie Ihre Messeteilnahme an

Sie nehmen an einer Messe oder Veranstaltung teil? **Dann zeigen Sie es!**

Nutzen Sie Ihre Homepage, Ihre Social Media Kanäle, Pressemitteilungen und die E-Mail Signaturen, um auf Ihre Teilnahme hinzuweisen.

Dies sind einfache, aber effiziente Maßnahmen, um Kunden und solche, die es werden wollen, an Ihren Messestand zu führen.

TIPP

Kennen Sie schon unseren Bannergenerator?

Erstellen Sie ganz einfach individualisierte Webbanner, Social Media Posts und E-Mail Signaturen, die Sie für Ihre Kommunikation nutzen können.

Wählen Sie Ihre Halle und Standnummer aus und geben Sie Ihren persönlichen Text dazu ein. Die vorgefertigten Banner, lassen sich ganz einfach einbinden und ersparen Ihnen den grafischen Aufwand.

[Jetzt ausprobieren!](#)

Kündigen Sie Ihre Messeteilnahme an

XING Events richtig nutzen:

An dieser Stelle ein kurzer Exkurs über den Nutzen von XING Events.

WARUM?

- Im Business Netzwerk sind über 16 Millionen (*Angabe XING) berufstätige Nutzer registriert, die das Ziel verfolgen, wertvolle Business Kontakte zu schließen und für Sie potenzielle Kunden darstellen.

Erstellen Sie also zunächst ein kostenloses Event auf XING über Ihre Messeteilnahme. Dies ist die Grundlage dafür, dass Nutzer Sie überhaupt finden können.

[Wie Sie Ihr Event ansprechend optimieren können, erfahren Sie in dieser Anleitung von XING.](#)

Mit **XING Event Plus** können Sie Ihre Seite nun kostenpflichtig erweitern und zusätzliche Funktionen freischalten wie Informationen über Ihre Besucher, Versenden von persönlichen Einladungen an Besucher, Anzeigenschaltung, Statistiken, externe Verlinkungsoptionen etc.

[Wie das geht und welche Vorteile das für Sie hat erfahren Sie hier.](#)

TIPP

Sie haben bereits ein kostenloses XING Event?

Dann nehmen Sie mit uns Kontakt auf! Als Aussteller erhalten Sie das XING Event Plus Upgrade gratis.

Einladungsmanagement

Zeit ist heute eine knappe Ressource. Fachbesucher planen Ihren Messebesuch im Voraus und vereinbaren entsprechende Termine bereits vor Messebeginn. Mit einer persönlichen Einladung können Sie sicherstellen, dass sich die Besucher an Sie erinnern.

Wie wird eine erfolgreiche Einladungskampagne geplant?

Um eine Einladungskampagne wirkungsvoll zu gestalten, gibt es ein paar Dinge, auf die Sie unbedingt achten sollten:

- **Der zeitliche Rahmen:** Daher beginnen Sie frühzeitig mit dem Versand der Einladungen, um dem Empfänger die Planung seines Besuchs zu erleichtern. Zudem behalten Sie Ferien, Feiertage oder sonstige Branchenrelevante Termine im Blick.
- **Die interne Organisation:** Rückläufer, Rückfragen, die Koordination der Messetermine und der Vertriebsmitarbeiter etc. All das sollte geplant sein und ein entsprechender Verantwortlicher definiert werden.
- **Ihre Empfänger:** Hier sollten Sie sich überlegen, ob es Sinn macht, Ihre Empfänger zu clustern und differenziert anzusprechen.
- **Der Inhalt:** Botschaft, Nutzen, Datum und Ort der Messe sind genauso wichtig wie der Wegweiser zu Ihrem Stand. Darüber hinaus sollten Sie unbedingt über Produkte bzw. Leistungen, Besonderheiten wie Events oder Vorträge sowie über Hinweise zu Tickets und Kontaktmöglichkeiten informieren.

Einladungsmanagement

Für die persönliche Einladung stellen wir Ihnen diverse Werbemittel, wie Flyer oder Eintrittskarten-Gutscheine zur Verfügung, sodass Sie Ihr individuelles Einladungsschreiben per Post oder E-Mail versenden können. Das Schreiben soll Neugierde wecken und Anreiz für einen Besuch auf der Messe liefern. Hilfreich ist es hierbei sich an den oben genannten Besucherzielen zu orientieren. Wenn Sie dieses möglichst persönlich, und nicht an allgemeine Geschäftsadressen, adressieren, ist die Wahrscheinlichkeit dabei höher, tatsächlich das Interesse zu wecken.

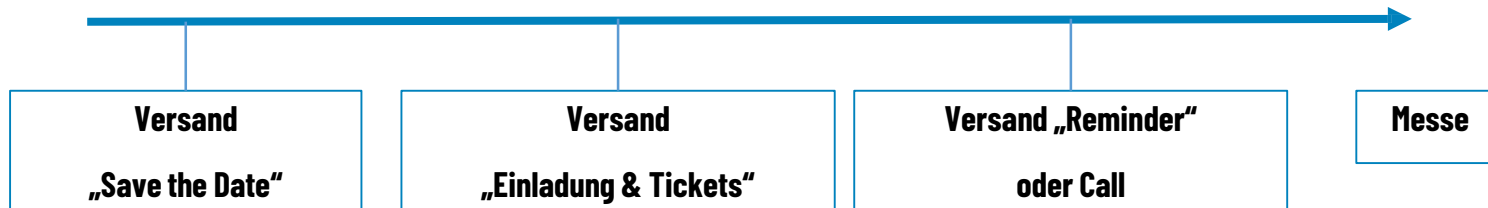
Was kann bzw. soll meine Einladung beinhalten?

- **Das Einladungsschreiben:** Ob in digitaler oder analoger Form, das Einladungsschreiben ist der Kern Ihrer Kampagne. Es soll Neugierde wecken und Anreiz für einen Besuch auf der Messe liefern. Hilfreich ist es hierbei sich an den oben genannten Besucherzielen zu orientieren. Wenn Sie dieses möglichst persönlich, und nicht an allgemeine Geschäftsadressen, adressieren, ist die Wahrscheinlichkeit dabei höher, tatsächlich das Interesse zu wecken.
- **Eintrittskarten-Gutscheine:** Wählen Sie zwischen Eintrittskarten-Gutscheinen in Form von e-Tickets oder Print Tickets, um für Ihre Kunden einen weiteren Anreiz zu schaffen. Die unterschiedlichen Kategorien ermöglichen es Ihnen, Ihren Kunden differenzierte Angebote zu machen. [Alle Informationen zu unseren Ticketkategorien finden Sie hier.](#)
- **Werbemittel:** Legen Sie ausgewählte Werbemittel, wie Flyer oder Informations-Factsheet, Ihrer Einladung bei und kommunizieren Sie die Inhalte der Messe so noch anschaulicher. [Hier geht's zum Download.](#)

Einladungsmanagement

Eine Einladungskampagne sollte mehrstufig durchgeführt werden. Dies sorgt dafür, dass Sie in Erinnerung bleiben. Wann Sie mit der Kampagne beginnen und welche Elemente tatsächlich relevant für Sie sind, müssen Sie je nach Empfänger und Branche individuell entscheiden.

Wie könnte ein mehrstufige Einladungskampagne aussehen?



1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Sponsoring & Werbemöglichkeiten

Messen geben Ihnen die Möglichkeit, innerhalb kürzester Zeit eine Vielzahl von potenziellen Kunden auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen. Der Wettbewerb ist groß! Unsere individuellen Sponsoring- und Werbemöglichkeiten helfen Ihnen aus der Masse herauszustechen und dem Besucher den Weg an Ihren Stand zu finden.

Je nach Budget bieten wir Ihnen diverse Leistungen an. [Einen ersten Einblick erhalten Sie hier](#). Lassen Sie sich beraten, um herauszufinden, welches Produkt das passende für Sie ist.

[Kontaktieren Sie unser Sales-Team](#)

Mögliche Werbeleistungen:

- Anzeigen in Printmedien, Webseite, Newsletter und App
- Außenwerbung
- Hostesslizenzen
- Fensterbeklebungen, Bodenaufkleber, Banner
- Lanyards, Messetaschen
- Screensaver auf den Bühnen
- Vorträge, Guided Tours, Workshops
- Und vieles mehr

Leadmanagement App

Neben der Imagewirkung und der Erschließung neuer Märkte, ist die Leadgenerierung das wichtigste Ziel eines jeden Messeausstellers. Diese kann sich jedoch sehr aufwendig gestalten: Von der Erstellung der Leadbögen im Vorfeld, der händischen Eintragung der Kontakte vor Ort, bis hin zur Auswertung im Nachgang. Dies alles beansprucht sehr viel Zeit und auch Fehler wie beispielsweise in der Übertragung der Daten, sind dabei nicht auszuschließen.

Nutzen Sie daher digitale Leadmanagement Apps!

IHRE VORTEILE:

- Erhöhung der Leadqualität
- Effizienzsteigerung
- Zeitersparnis
- Fehlerminimierung
- Echtzeit Auswertung

[Mehr Informationen zur Leadmanagement App erhalten Sie hier.](#)

Live-Kommunikation

Nutzen Sie Ihre Social Media Kanäle, um auch während der Messe hin und wieder über Ihre Teilnahme live zu berichten. Dies gibt Ihren Followern sowie potenziellen Kunden einen persönlichen und authentischen Einblick in die Aktivitäten Ihres Unternehmens sowie in das Team. Live-Kommunikation ist eine oft unterschätzte, aber hilfreiche und kostenlose Möglichkeit, die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf sich zu ziehen und dabei auch von der Reichweite der Messe zu profitieren. Unter Verwendung des richtigen Hashtags und Verlinkung zur Hauptveranstaltung bzw. Messe, gewinnen Sie mehr Follower für Ihre eigene Seite und geben mehr Besuchern die Chance, Sie vor Ort zu finden.

Unsere Social Media Kanäle:

- [Facebook](#)
- [XING](#)
- [Twitter](#)
- [Instagram](#)
- [LinkedIn](#)

#ZPEurope19

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Nach der Messe ist das Besuchermarketing noch nicht (ganz) abgeschlossen. Neben der vertrieblichen Nachbearbeitung, sprich Auswertung der Gesprächsprotokolle und Leads, sollten Sie auch aus Kommunikationssicht noch einmal Nachfassen.

Nutzen Sie auch hier wieder Ihre Social Media Kanäle, um sich bei Besuchern und Partnern sowie dem Team zu bedanken und eventuell Bild-, Audio- oder Videomaterial der Messe zu veröffentlichen.

Unbedingt sollten Sie auch Ihren Verteiler der Einladungskampagne noch einmal mit einer Danksagung und nach Möglichkeit mit Bild-, Audio- oder Videomaterial bespielen. Falls zu diesem Zeitpunkt schon der nächste Termin Ihrer Event- oder Messeteilnahme feststeht, wäre dies die perfekte Möglichkeit, darauf aufmerksam zu machen.

DANKE

THANK YOU

спасибо

GRAZIE

MERCI

谢

teşekkür



Noch Fragen?

Gerne stehe ich Ihnen persönlich zur Verfügung!

Ihr Ansprechpartner:

Valentina Da Col

Marketing Communication Manager

spring Messe Management GmbH

T +49 621 700 19 -153 | **E** v.dacol@messe.org



Copyright:

Alle hier vorgestellten Inhalte, Ideen und ihre Ausführung sind geistiges Eigentum der spring Messe Management GmbH und unterliegen dem Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwendung sind in jedem Fall nur nach Erteilung unserer vorherigen schriftlichen Zustimmung zulässig.