

opti 2020

DIE INTERNATIONALE MESSE FÜR  
OPTIK & DESIGN

optiCONSULTING  
...NACH DER MESSE

GHM

Your Fair Partner

# ...NACH DER MESSE

Nach der Messe ist bekanntlich vor der Messe. Daher ist es wichtig, möglichst zeitnah die Nachbearbeitung anzugehen und eine Erfolgskontrolle durchzuführen.

## Nachbearbeitung

- Vertriebliche Nachbearbeitung
- Interne Nachbearbeitung

## Erfolgskontrolle

- Orientierungsgrößen
- Kennzahlen
- Instrumente der Messemarktforschung
- Stand- / Benchmarkanalyse



### HINWEIS:

Für weitere Infos und Tools bitte die verlinkten Hexagone nutzen



# NACHBEARBEITUNG

- **Vertriebliche Nachbearbeitung**

Wichtig ist bereits vor der Messe zu klären, innerhalb **welcher Zeit**, mit **welchen Maßnahmen** und **durch wen** die vertriebliche Nachbearbeitung erfolgt. Basis sollte eine systematische Auswertung der standardisiert erfassten Messekontakte sein.

Die Vorteile einer **zeitnahen Reaktion** auf den Messebesuch sind:

- Erfüllung der Besuchererwartung  
(50 % der Besucher erwarten eine Rückmeldung innerhalb 2 Wochen nach Messebesuch)
- Sicherung von Wettbewerbsvorteilen durch Ihre Schnelligkeit  
(nur jeder zweite Besucher ist mit dem Zeitpunkt der Kontaktaufnahme durch die Aussteller zufrieden)
- Erhöhung der Nachhaltigkeit positiver Ständeindrücke

# NACHBEARBEITUNG

- **Vertriebliche Nachbearbeitung**

Maßnahmen können sein:

- **Dankeschreiben**

Vorbereitung bereits vor der Messe, zeitnahe Versand (optimal am Tag des Messebesuchs), muss personalisiert sein, Abstimmung auf Besuchertyp (Kunde, Interessent, Presse), evtl. Verweis auf Folgeaktion

- **Vereinbarte Folgeaktionen**

vereinbarten Zeitrahmen einhalten, Konkrete Bezugnahme auf das Messegespräch z.B. Versand von Infomaterial, Versand eines Angebots, Messeabschlussbericht, Vereinbarung eines Folgetermins, Weitergabe des Kontakts an zuständige Kollegen

- **follow-up nicht erschienener Kontakte**

Gründe erfragen, Interessenten Informationen übersenden, Versand Pressemappe und Messeabschlussbericht an Journalisten

# NACHBEARBEITUNG

- **Interne Nachbearbeitung**

- Kurz nach Messeende Einholung von Feedback aller am Messeauftritt beteiligten Kollegen z.B. Planungsteam, Vertrieb, Presse, Marketing, Geschäftsführung
- Einholung Feedback von externen Partnern z.B. Messebauer, Agenturen
- Erfassung positiver und negativer Aspekte der Messe-Teilnahme
- Erarbeitung konkreter Lösungsvorschläge als Basis für zukünftige Messe-Teilnahmen
- Mögliche Themen: Optik und Funktionalität des Messestands, Organisation im Vorfeld der Messe, Abläufe und Regelungen auf dem Stand, Effizienz von Werbemaßnahmen

Die Ergebnisse der Feedback-Runde werden vom Planungsteam analysiert und fließen in die Planungen der zukünftigen Messe-Teilnahmen ein.

# ERFOLGSKONTROLLE

- **Orientierungsgrößen**

Messen bieten wie kein anderes Medium unmittelbare Resonanz der Zielgruppen und direkte marktanalytische Erkenntnisse. Aufgrund der zeitlichen und räumlichen Fixierung der Messe lässt sich der Messeerfolg sehr gut messen und bewerten.

Mögliche Orientierungsgrößen:

- Gesetzte Messeziele
- Ergebnisse der Vorjahre oder anderer Messen
- Erhobene Zahlen des Messeveranstalters
- Kennzahlen (Messekontakte, Besuchermarketing im Vorfeld der Messe, Kosten, generierte Aufmerksamkeit, Mitarbeiter)



# ERFOLGSKONTROLLE

## • Kennzahlen

### Besuchermarketing im Vorfeld der Messe

- Antwortquote
- Anzahl Terminvereinbarungen
- Konvergenzrate (Anzahl Einladungen vs. Standbesuch)
- Anzahl Besucher nach Zielgruppen

### Generierte Aufmerksamkeit

- Klickraten auf der Website
- Presseresonanz
- Besucherzahl am Stand
- Imagewahrnehmung (Abfrage über Besucherbefragung)

### Mitarbeiter

- Mitarbeiter-Feedback
- Motivation
- Zufriedenheit, Betreuung und Beratung (Besucherbefragung)
- Servicequalität auf dem Messestand (Mystery Visit)

### Messekontakte

- aktive Kontakte (Leadmanagement)
- passive Kontakte (Besucher am Stand)
- Kontakte vs. Gesamtbesucherzahl der Messe
- Kontakte vs. Standmitarbeiter
- Qualität der Kontakte (Kategorisierung)
- Kaufabschlüsse auf der Messe
- Besucherbefragung mit Dankeschreiben

### Kosten

- Budgettreue
- Kosten vs. generierter Umsatz
- Kosten pro geführtem Gespräch
- Kosten der Kommunikationszeit auf der Messe

# ERFOLGSKONTROLLE

- **Instrumente der Messemarktforschung**

  
Besucherbefragung

Kurze Onlinebefragung (3-4 Minuten), Integration in Dankeschreiben, überwiegend geschlossene Fragen, Hinweis auf vertrauliche Behandlung

  
Besuchierzählung

Einfachste Variante mittels Zähluhren und einem exakt definierten Zählplan (wer zählt wo, wann)

  
Kontakterfassung

Leadmanagement: Erfassung der Papierfragebögen/Kontaktformulare oder Auswertung vor Ort digital erfasster Daten (Kontaktformulare auf Laptop, Handy oder Tablet)

  
Wegeverlaufsanalyse

Bewertung des Einflusses von Standarchitektur, Verortung und Ausrichtung auf die Besucherströme

  
Mystery Visit

Objektive Bewertung von Servicequalität, Kommunikationsaspekten und Verhaltensvorgaben durch verdeckte Tests am Messestand durch externe Dienstleister



# ERFOLGSKONTROLLE

- **Stand- / Benchmarkanalyse**

Was ist eine Stand- / Benchmarkanalyse?

- Untersuchung der Gestaltung, Funktionalität und Kommunikationsaspekte des eigenen Messestandes
- Objektive Betrachtung des eigenen Messestandes
- Objektive Betrachtung der Stände ausgewählter Wettbewerber
- Nutzen: Einblick in die Messeauftritte der Wettbewerber, Benchmarking mit dem eigenen Messeauftritt



# ERFOLGSKONTROLLE

- **Stand- / Benchmarkanalyse**

Was sind die Bewertungskriterien?

- Standgestaltung (z.B. Konzept, Unternehmens- und Produktimage, Einbindung Corporate Design)
- Standgröße (z.B. Nutzung der Standfläche)
- Positionierung (z.B. wo in der Halle, Fernwirkung, Abgrenzung Nachbarstände)
- Standaufteilung (z.B. Besucherführung, Eingang, Info-Theke)
- Einsatz von Medien (z.B. Inszenierung, Positionierung)
- Produktpräsentation (z.B. Strukturierung, Kennzeichnung, Wirkung der Produkte)
- Gestaltung Kommunikationsbereich (z.B. Abgrenzung, Atmosphäre, Catering)
- Aktionen (z.B. Verhältnis Information / Unterhaltung)
- Kommunikation der Messe-Teilnahme (z.B. Werbeflächen, Pressefach, Promotion)

# ERFOLGSKONTROLLE

## Unser **optiTIPP**:

„**MesseNutzenCheck**“ – effektiv und kostenfrei:

Unterstützung bei der Erfolgskontrolle Ihrer Messeteilnahme bietet der AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. ). mit diesem Effizienztool.

**MEPLAN CONSULT** – professionell und individuell:

Unser Partner unterstützt Sie dabei, relevante Informationen zu erheben und zu interpretieren, um Optimierungsansätze für Ihre nächste Beteiligung zu ermitteln und erstellt auf Wunsch ein Messestand-Feedback und eine Servicequalitätsanalyse (auf Anfrage, kostenpflichtig).



**MesseNutzenCheck**  
AUMA



**MEPLAN CONSULT**  
MEPLAN GmbH

NEXT STEP:

opti 2021  
...NACH DER MESSE IST  
VOR DER MESSE...

opti 2020

