



MÄSSKOLAN

FEM KORTA LEKTIONER FÖR BÄTTRE UTSTÄLLARE



1. INTRODUKTION

Ett väl genomfört mässltagande består av tre viktiga moment – planering, genomförande och uppföljning. Här går vi igenom dessa grundermoment och hur du gör det mesta av ditt mässlvent, oavsett om du är där för att jaga leads, öka din omsättning eller demonstrera en ny produkt. Dessutom får du en massa nyttiga tips och tricks på allt från förberedelser till allmänt monterhyfs. Helt enkelt det mest elementära för få ut så mycket som möjligt ett mässltagande.

Tips #1: Ett lyckat mässltagande består av tre delar:

- Planering
- Genomförande
- Uppföljning

Varför vill du ställa ut på en mässa?

Det finns naturligtvis mängder av olika skäl, men framför allt vill man öka synligheten kring sin verksamhet. På en mässa kommer besökarna till dig och förhoppningvis är det en motiverad målgrupp, vilket innebär att momentet där du måste ”jaga” kunden är ute ur ekvationen. En mässa ger dig även andra förtjänster. En av de primära är att den ger dig möjlighet att visa upp dig och ditt företag såsom du vill bli uppfattad.

En mässa ger dig och ditt företag ett ypperligt tillfälle att trimma personalen kring r ex en ny produkt, en live-demo eller allmänt kring kundbemötande etc.

Vanliga anledningar att medverka på en mässa:

- Öka sin omsättning
- Demonstrera produkter, visa upp sin verksamhet, exponera företagsprofil, skapa goodwill
- Hitta nya partners, leverantörer och personal
- Svetsa samman personalgruppen och bygga teamkänsla

2. PLANERING

Planering är A & O. Så värdera din tid, planera gärna för att hinna träffa andra utställare, nätverka redan under uppbyggnaden och lär känna dina nya montergrannar. Bjud in dina kunder i förväg – erbjud biljetter. Dina leverantörer spelar en stor roll i din verksamhet och kan även spela en stor roll i din närvaro på mässan. De kan dela kostnaden för montern, bistå med inredning och även erbjuda expertis. En viktig detalj är även att sätta upp mätbara mål, t.ex. kontakter efter mässan. (Psst! Ett ypperligt sätt att göra detta är att använda sig av våra marknadsföringspaket EasyGo Leads eller EasyGo Plus. [Läs mer om dessa här!](#))

Svetsa samma din personal inför mässan. Alla ska veta varför företaget är på plats och vilket budskap som ska framföras. Trimma personalen extra med teambuilding, strategier och säljpsykologi.

Tveka inte att fråga mässarrangören om allt möjligt: statistik, inredningstips och annat nyttigt för att göra din närvaro så effektiv som möjlig

3. GENOMFÖRANDE

Din monter – skall upplevas som välkomnande! Använd sinnena, syn, lukt, smak, känsel, ljud, och ljus för att inreda montern på ett spännande sätt. Du har endast ett par sekunder på dig att fånga den potentiella kundens uppmärksamhet.

Den vanligaste monterfärgen är vita väggar (och grå matta). Gå emot strömmen. Förändra din monter till något som sticker ut. Stäng inte ute blivande kunder genom att ställa broschyrställ, diskar, m.m. som en mur. Dölj ytterkläder, kartonger, emballage, och dylikt.

En avlång monter syns bättre, har du en för kort monter kan kunden passera din monter utan att se den medan de tittar på motsatt monter tvärs över gången. Hörnmontrar är alltid bra!

4. AGERANDE

Personalen är den absolut viktigaste faktorn för montern och ditt mässhdeltagande. Nyckelorden är: aktiva, utåtriktade, kunniga och intresserade. Ställ rätt frågor till kunden, undvik frågor som kunden bara kan svara ja eller nej på. Fråga exempelvis vad kunden vet om ditt företag eller om de sett något intressant på mässan.

Tips #2: Kundmötet

- Ta kontakt aktivt – intervjuva kunden
- Är detta en potentiell kund för ditt företag?
- Presentera din produkt, företag – argumentera lagom
- Ta kundens kontaktuppgifter
- Avslut: boka möte, telefonsamtal eller liknade.

Ha en aktivitet i montern, en tävling, eller en person som gör något, tillverkar något för en live publik. Återigen, använd sinnena och fantasin, men se till att dina aktiviteter stämmer överens med ditt företags inriktning. Bär enhetlig klädsel, ha enhetliga skyltar, färger, mm. Bär namnskyltar. Det kan vara bra att utvärdera efter de olika mässhdagarna, för att eventuellt ändra något under mässan gång.

Ta korta raster, men se till att personalen får möjlighet att äta, dricka och besöka toaletten. Håll gärna i några broschyrer för att inte hamna med armarna i kors. Kroppsspråket är otroligt viktigt. Motivera gärna personalen att uppnå satta mål med mässan med någon form av belöning.

Tips #3: Undvik detta i din monter

- Sitt inte i montern
- Ät inte i montern
- Inga armar i kors och inget tuggummi
- Prata inte intensivt med kollegorna
- Klaga inte på mässan eller på konkurrenterna
- Mobiltelefon talar man i utanför montern

5. UPPFÖLJNING

När mässan stänger, börjar det riktiga arbetet. Kontakterna du skapar på en mäsä är färskvara och måste följas upp omgående. Tag kontakt direkt med intresserade potentiella kunder. Faktum är att mässkontakter ger snabbare avslut än traditionell säljverksamhet.

Granska dina mål för mässan. Nådde du dem, om inte, varför? Berodde det på mässan eller på företagets agerande? Mässdeltagande bör ge en direkt effekt under mässan, samt i direkt anslutning till mässan, upp till en månad efteråt. Good will-effekten bör hålla i sig under en betydligt längre period. Det kan därför vara värt att göra flera utvärderingar för att maximera sin kunskap inför framtida mässdeltagande.

Det sista steget är att avlägga rapport till leverantörer som deltagit. Och börja planera nästa mäsä.