

Checkliste für das Briefing des Messe-Teams

1. Ziel und Zweck des Messeauftritts

Was ist das Hauptziel des Messeauftritts? (z.B. Kontakte generieren, Markenbekanntheit steigern, neue Produkte vorstellen)

Gibt es bestimmte Erwartungen in Bezug auf die Anzahl der Kontakte oder Abschlüsse?

2. Zielpublikum und Kernbotschaften

Wer ist das Zielpublikum, das angesprochen werden soll? (z. B. potenzielle Kunden, bestehende Geschäftspartner)

Was sind die Kernbotschaften, die vermittelt werden sollen? Geben Sie kurze Pitches oder Schlüsselwörter vor, die das Team verwenden kann.

3. Überblick über Produkte und Dienstleistungen

Kurzer Überblick über die wichtigsten Produkte oder Dienstleistungen, die hervorgehoben werden sollen.

Nützliche Fakten, häufig gestellte Fragen und Argumente, um Fragen kompetent zu beantworten.

4. Rollen und Zuständigkeiten

Wer ist für die einzelnen Aufgaben am Stand verantwortlich (z.B. Begrüßung, Produktvorführung, Datenerfassung, Nachbereitung)?

Etwaige Schichtpläne oder festgelegte Pausenzeiten.

5. Etikette und Verhaltensrichtlinien

Standards für die Annäherung und Begrüßung (z. B. aktives Eingehen auf die Besucher, Blickkontakt, höfliche Verabschiedung).

Kleiderordnung und Erwartungen an die Präsentation des Standes.

6. Lead-Erfassung und Follow-up

Wie sollten die Kontakte dokumentiert werden? (z. B. digital, Visitenkarten, Kontaktformulare)

Anweisungen für das Follow-up: Was geschieht mit den Leads nach der Messe?

7. Problemlösung für gängige Szenarien

Umgang mit schwierigen Fragen, höfliches Beenden von zeitraubenden Gesprächen und Tipps für effiziente Gespräche.

Vorgehensweise bei hohem Besucheraufkommen oder wie man bestimmte Fragen an Experten weiterleitet.

8. Technische und organisatorische Details

Überblick über alle technischen Geräte oder Systeme am Stand, wie z. B. Tablets, Bildschirme oder Broschürendisplays.

Logistische Informationen, einschließlich Reisevorbereitungen, Zugang zum Stand und Notfallkontakte.