

EVENT OCH MÄSSOR



Lönar det sig att delta i en mässa? Hur gör man för att dra besökarnas blicka till sig? Vad ingår, vad måste man ta med sig? Vad mer ska man tänka på? Skyltstället hjälper dig reda ut många av de här frågorna.

Är det dags att stå på mässa eller anordna ett event? På följande sidor ger vi lite tips och råd som vi hoppas ska förenkla processen och hjälpa er undvika en del fallgropar. Det viktigaste är att man börjar med planeringen i god tid. Givetvis kan man lösa en mässa på kort tid också om det skulle behövas men det underlättar mycket om man är grundlig i sin planering, särskilt om det är första gången man gör det.

Det är mycket att tänka på! Dels måste syftet vara klart; varför gör vi detta – vad vill vi uppnå? Dels är det de rent praktiska aspekterna; vad behöver vi ha för utrustning – vad kostar det – var beställer vi? För att göra det hela lite lättare har vi delat upp det i 3 olika steg, inför, under och efter mässan. I avsnittet *Inför mässa/event* går vi igenom förberedelserna, i *Under mässa/event* tar vi upp saker att tänka på medan det pågår och i den avslutande delen, *Efter mässa/event*, följer tips om den väldigt viktiga uppföljningen.

Kontakta oss för hjälp med er mässa eller ert event!

Fredrik Älenmark

Fredrik Älenmark
VD, Skyltstället Sverige AB

BOEL & JAN



STACKELBERGS

FOTIE

BOEBER

BOEBER

Det är mycket att tänka på inför en mässan eller ett event. En god planering kan vara helt avgörande för er synlighet.

När ni vet datum för mässan/eventet och har bestämt er för att delta är det bra att kontakta de ansvariga och säkerställa att ni får rätt plats och storlek på er monter. Läget kan vara helt avgörande! Tänk på att besökarna oftast går "högervarv" i lokalerna och monterplatser i början av högervarvet brukar vara de som genererar flest besökare. När platsen är bokad är det dags att börja planera.

Bestäm vilka som ska vara med på mässan, vem som ansvarar för t ex transport och montering av montern, sociala medi-

er, beställning av material och glöm inte nedmontering. Gör upp ett schema över hur ni ska bemanna montern eller eventet och tänk på att inte stå så länge i montern att ni tappar energin. Det är väldigt vanligt, och väldigt tråkigt när personalen ser uttråkad ut eller sitter med dator eller mobil i stället för att ägna sig åt besökarna. Personalen sätter stämningen för montern och är ansiktet utåt för verksamheten.

Det är också viktigt att så tidigt som möjligt skicka ut information om att ni kommer att delta. Bjud in era kunder, leverantörer och andra bekanta och boka gärna in möten med de som ska besöka mässan. Använd sociala medier, nyhetsbrev, hemsidan samt mail-signaturer för att sprida budskapet. Skicka gärna med en

karta över var mässan/eventet är men se också till att visa var ni ska stå så alla hittar till just er monter.

Har ni inte redan funderat på VARFÖR ni ska vara med på mässan så är det hög tid nu, vad är målet med ert deltagande och vad vill ni ha ut av det. När ni får fram ett mål och ett syfte blir det mycket lättare att skapa en röd tråd genom projektet. Det är också väldigt viktigt att ta fram ett antal nyckelord som genomsyrar allt ni gör inför mässan/eventet i olika marknadskanaler, hur montern ser ut samt hur ni agerar under och efter mässan.

När det gäller nyckelord är det bästa att utgå från hur ni vill att besökarna ska uppfatta er samt vilket budskap ni vill förmedla.





Det är bra att ta fram en budget för projektet. Om man inte funderar på kostnaderna redan från början riskerar de att springa iväg.

- Kostnad till mässarrangören
- Monterlösning
 - Går den att återanvända på nästa mässa
 - Går den att använda på kontoret efter mässan
- Ska den innehålla några digitala lösningar
- Eventuella Give Aways
- Broschyrer
- Grafisk hjälp för att skapa designen för monter, broschyrer, give aways
- Kläder

Ta gärna fram en enkel skiss på hur ni tänkt er montern innan ni kontaktar designer och producent. Det är alltid enklare att ha en bild att diskutera utifrån. Det finns extremt många olika lösningar för hur man bygger en monter eller ett event. Materialval, pris och tekniska lösningar kan variera i det oändliga. Det viktigaste är att ni funderar på hur NI ska använda produkterna som ingår och tänka på att välja flexibla lösningar så långt det går. Det finns många produkter där man köper en stomme och sedan byter budskap till olika tillfällen och vägglösningar finns att köpa där man justerar måtten efter behov. Förvaringsutrymme kan vara bra att tänka på redan i detta läge. Det är bra att ha möjlighet att stuva undan kartonger, ytterkläder och så vidare.

Kom ihåg att test-montera innan det blir skarpt läge. Då vet man att allt passar, vilka verktyg man behöver och kan testa eventuell teknik.

Det är alltid bra att vara så pass många att det finns möjlighet lämna montern stundtals för att mingla runt och se resten av mässan eller eventet. Kontrollera i förväg vilka andra som ställer ut och om det finns några seminarier eller liknande som ni vill gå på. På vissa mässor arrangeras även kvällsaktiviteter, eller så kanske ni vill ordna en aktivitet för era kunder.

ATT TÄNKA PÅ INFÖR MÄSSAN/EVENTET

Syfte, mål, budskap och målgrupp

Vårt syfte med att medverka på mässan är:
t ex att boka kundbesök eller att få fler som prenumererar på vårt nyhetsbrev.

Vårt mål är:

t ex att boka 10 kundbesök eller få 50 nya prenumeranter till vårt nyhetsbrev.

Budskapet vi ska förmedla på mässan är:
t ex att visa hur vi kan förenkla kundens inköpsrutiner.

Målgrupp, vi vänder oss framförallt till:
t ex mindre, enskilda företag.

Monter/Eventmaterial

Har vår monterplats några begränsningar?
Finns allt vi behöver?
t ex Finns strömuttag där vi behöver eller behövs förlängningssladd?

Vilka krav har vi på vår monterlösning?
t ex den ska gå att använda på flera mässor, budskapet ska gå att byta ut, den

ska vara enkel att transportera och montera.

Vad vill vi ha för inredning i montern?
t ex digitala skärmar, broschyrställ, podiumbord, växter.

Hur ska vi lyfta fram vårt budskap i montern?
t ex vi ska trycka vårt budskap på montervägg, vi ska ha en film på en skärm.

Hur ska vi fånga upp besökarna? Ska vi ha någon aktivitet eller bjuda på något?
t ex genom att låta besökarna utmana personalen på ett dansspel.

Hur ska personalen i montern klä sig för att matcha budskapet och montern?
t ex vi köper in pikéer och alla har blå jeans.

Ansvar

Vem ansvarar för att allt material kommer till mässan?

Vem ansvarar för att montern blir uppbyggd? (Glöm inte ta med eventuella verktyg som kan behövas!)

Vilka ska stå i montern? Ska någon och i så fall vem mingla runt på mässan, utanför montern?

Vem ansvarar för att montern monteras ner, transporteras bort och ses över inför nästa gång?

Budget

Vår budget är:

Kostnader:

t ex platshyra, monterlösning, kläder, giveaways, transporter, lönekostnader.

Marknadsföring

Inför mässan: Hur ska vi marknadsföra att vi ska vara med på mässan?

t ex Vi ska skicka ut ett nyhetsmail där vi bjuder in till ett besök i vår monter på mässan, vi ska göra inlägg på sociala medier.

UNDER MÄSSAN/EVENTET

Man har bara en chans att skapa ett första intryck.

För att fånga besökarnas uppmärksamhet är det bra om er monter sticker ut från mängden. Det finns många olika sätt att göra det

- Använd färger som sticker ut
- Ha en öppen och välkomnande monter
- Använd belysning
- Använd era nyckelord på ett stort och effektivt sätt
- Anordna någon sorts tävling
- Ha något rörligt i montern

Se till att hitta en anledning för alla besökare att stanna vid just er monter och stanna kvar en stund. Det kan t ex vara en aktivitet eller tävling eller en film att titta på.

Det är också viktigt att det är ordning och reda i montern och att personalen har enhetliga kläder så besökarna lätt ser vilka som hör dit. Kom ihåg att plocka undan kartonger, väskor och ytterkläder så det ser snyggt ut. Använd datorer och mobiltelefoner så lite som möjligt när ni står i montern. Att sitta med en dator gör att man ser upptagen ut och kan få besökare att dra sig för att gå in i montern. En telefon vid örat har samma effekt. Dock finns det i telefoner idag effektiva sätt att scanna in kontaktuppgifter till alla besökare som är på plats och självklart ska det användas. Om ni inte gör på det sättet så se ändå till att samla in kontaktuppgifter från intresserade besökare.

Roliga, användbara eller bara oväntade Give Aways får era besökare att komma ihåg er långt efter mässan.



Ett utmanande spel eller aktivitet kan göra din monter oförlömlig och få dig att sticka ut på mässan.

Glöm inte att lägga upp bilder i sociala medier! Passa givetvis också på att ta bilder som ni kan använda er av efter mässan också. Sist men inte minst; lämna aldrig montertom. Det ska alltid finnas personal som kan bemöta besökarna.

Att tänka på:

Vad ska vi dela ut till kunderna som får dem att minnas oss och vårt budskap?
t ex Give away, broschyr?

Finns det någonstans besökarna kan registrera sig så att vi kan kontakta dem när mässan är slut?
t ex scanna med telefon, skriva på block, lämna visitkort i en burk

Vem dokumenterar mässan och publicerar bilder på t.ex. sociala kanaler, hemsida eller intranät?



EFTER MÄSSAN/EVENTET

En avslutad mässa är början på förberedelserna inför nästa mässa/event.

Ha inte alltför bråttom när ni packar ner er utrustning. Se till att kontrollera så att allt är helt och rent, notera om något behöver bytas ut. Förvara allt så ni vet var ni har det när det ska användas nästa gång. Räkna också efter hur mycket som gick åt av godis, Give Aways och broschyrer. Då har ni bättre koll och slipper köpa alldeles för mycket eller för lite när det är dags igen.

Gör en plan för hur ni ska kontakta potentiella kunder efter mässan och se till att ni

gör en återkoppling ganska snart medan de har er i färskt minne. Tänk på att ni äger bollen och tempot när det gäller att återkoppla.

Ta sedan en avstämning ett par veckor senare där ni går igenom utfallet av mässan eller eventet. Gör en sammanställning gällande vad som har varit bra och vad ni kan förbättra till nästa mässa ni ska vara med på.

Att tänka på:

Hur följer vi upp och återkopplar till de som besökt vår monter?

t ex telefonsamtal, mailutskick, personliga mail

Uppnådde vi vårt syfte och mål med mässan?

t ex vi fick 50 nya prenumeranter

Vad gick bra och vad kunde ha gått bättre?
t ex vår plats var för långt in i hörnet, vi var inte tillräckligt många

Vad kan vi utveckla till nästa mässa? Sammanställ och spara allt så ni har underlag för att göra nästa mässa/event ännu bättre.



Att välja rätt produkter kan vara svårt. Vi på Skyltstället hjälper dig att hitta rätt!

Det minsta eventet:

En mässta eller ett event behöver inte vara en stor apparat i en mässthall med en stor monter. Oftast är det ett mindre sammanhang där man bara behöver en enkel display lösning och kanske ett bord. En klassisk roll up och ett mässtbord som är lätt att montera ner löser lätt en sådan situation.

Lite mer avancerat:

Vill man göra det lite mer avancerat och iögonfallande kan en mindre vägg med inbyggd belysning vara ett bra alternativ. Vi

har även bord med inbyggd belysning som skapar ett mer effektivt intryck.

Utomhus:

För mässtor och event utomhus är det alltid bra att gardera sig mot vädrets makter med hjälp av ett profilerat tält. Då syns man bra och är skyddad mot regn och blåst. Till ett sådant tillfälle kan vi också hjälpa till med t ex parasoller och solstolar. Beachflaggor är ett beprövat kort vid utomhusevent. De finns i flera storlekar och former och syns bra på långt håll tack vare sin höjd. Finns det staket eller väggar att utnyttja är banderoller och vepor ett priseffektivt alternativ. För att få besökare att stanna kvar kan några mysiga sittpuffar eller andra möbler med tryck vara en bra idé.

Traditionell mässta inomhus

Här har man stor konkurrens så det gäller att sticka ut! Rörlig media är alltid bra, det fångar förbipasserandes blickar. Vi kan hjälpa till med digitala skärmar i alla storlekar. För att rama in montern finns många olika sorters mässtväggar att välja bland; alltifrån enklare pop up-lösningar med textila budskap till avancerade system med skivor, inbyggda hyllor, belysning och dörrar. Ett bord av något slag behövs nästan alltid. Även här finns det en uppsjö av alternativ. Ofta vill man dela ut någon form av information, vi har flera olika broschyrställ att välja på. Skyltar och informationstavlor är också vanliga produkter för mässtor och event. Dels för att besökarna ska hitta och för att sprida budskap.



Hur gör man sig synlig i vimlet? Vilka produkter passar din verksamhet?
Vilka effekter kan skapas med olika typer av exponeringslösningar?

Vi på Skyltstället hjälper dig att synas på den stora mässan, företagsminglet eller festivalen. Tillsammans skapar vi en effektiv exponering som passar dig och får ditt varumärke att sticka ut i mängden.

CHECKLISTA INFÖR MÄSSA/EVENT

SYFTE MÅL, BUDSKAP OCH MÅLGRUPP	
Vårt syfte med att medverka på mässan är:	
Vårt mål är:	
Budskapet vi ska förmedla på mässan är:	
Målgrupp, vi vänder oss framförallt till:	
MONTER/EVENTMATERIAL	
Har vår monterplats några begränsningar?	
Finns allt vi behöver?	
Vilka krav har vi på vår monterlösning?	
Vad vill vi ha för inredning i montern?	
Hur ska vi lyfta fram vårt budskap i montern?	

Hur ska vi fånga upp besökarna? Ska vi ha någon aktivitet eller bjuda på något?	
Hur ska personalen i monter klä sig för att matcha budskapet och monter?	
ANSVAR	
Vem ansvarar för att allt material kommer till mässan?	
Vem ansvarar för att monter blir uppbyggd?	
Vilka ska stå i monter? Ska någon och i så fall vem mingla runt på mässan, utanför monter?	
Vem ansvarar för att monter monteras ner, transporteras bort och ses över inför nästa gång?	
BUDGET	
Vår budget är:	
Kostnader:	
MARKNADSFÖRING	
Hur ska vi marknadsföra att vi ska vara med på mässan?	

CHECKLISTA UNDER OCH EFTER MÄSSA/EVENT

FÅNGA BESÖKARNA

Vad ska vi dela ut till kunderna som får dem att minnas oss och vårt budskap?	
Finns det någonstans besökarna kan registrera sig så att vi kan kontakta dem när mässan är slut?	
Vem dokumenterar mässan och publicerar bilder på t.ex. sociala kanaler, hemsida eller intranät?	

UTVÄRDERING

Hur följer vi upp och återkopplar till de som besökt vår monter?	
Uppnådde vi vårt syfte och mål med mässan?	

Vad gick bra och vad kunde ha gått bättre?	
Vad kan vi utveckla till nästa mässa?	
ÖVRIGT	

EVENT OCH MÄSSOR



SKYLTSTÄLLET SVERIGE

Kontakt:

Skyltstället i Sverige AB

info@skyltstallet.se

013-101 90 00

skyltstallet.se