

MENESTYMISEN EVÄÄT MESSUILLA

4.5.2017 @HelenaWallo #tapahtumatohtori

Faustus

TAVOITTEITA

- uusia ideoita ja ajatuksia messuosallistumiseen liittyen
- rohkeutta tavoitteiden asettamiseen ja mittaamiseen – messujen hyötyyn liiketoiminnan kannalta
- ymmärrystä messuisäntien merkitykselliseen työhön

SISÄLTÖ

- Miksi messuille osallistutaan?
- Messu on mahdollisuus
- Vaikuttava messukohtaaminen – messuisännät!

MIKSI MESSUILLE OSALLISTUTAAN?

Faustus

Mikä on messustrategiasi?



ESIMERKKEJÄ MESSUSTRATEGIOISTA

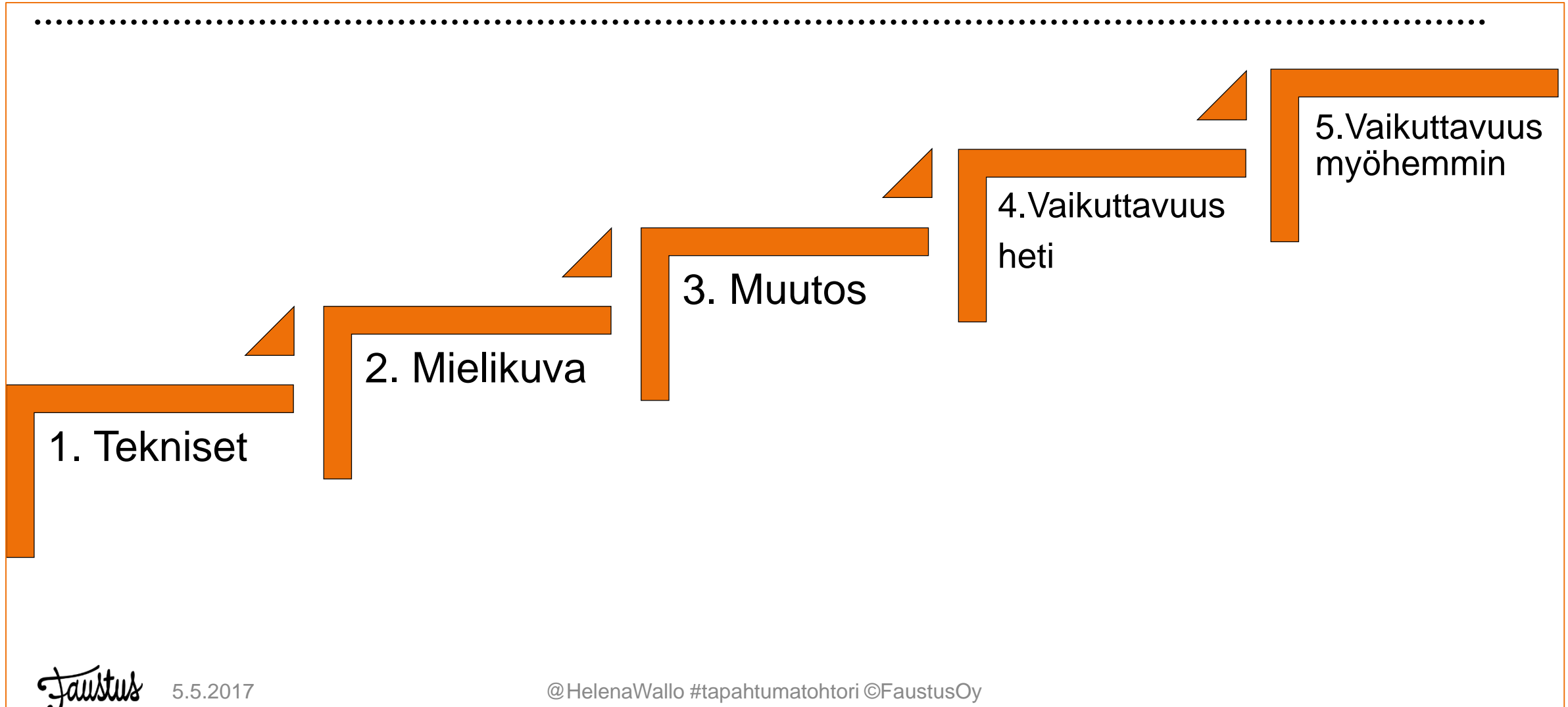
- Hankkia uusia kontakteja, asiakkaita
- Rekrytointi
- Myynti: uusmyynti, lisämyynti
- Uuden tuotteen/palvelun lanseeraus
- Suhteiden syventäminen, asiakassuhteiden hoito
- Palautteiden keruu, tutkimus, testaaminen, maistattaminen
- Julkisuus kuvan muokkaaminen
- Mielikuvan rakennus
- Valmentaminen

SUUNNITTELUN KESKIÖSSÄ ERI KOHDERYHMÄT – 'PERSONAT'

- Olemassa olevat asiakkaat – mitä heille – mikä saisi tulemaan messuosastolle?
- Potentiaaliset – mitä tiedämme heistä – mitä heille tarjoamme?
- Ensikohtaamiset – mitä tarjottavaa tälle kohderyhmälle?



ERILAISET TAVOITTEET

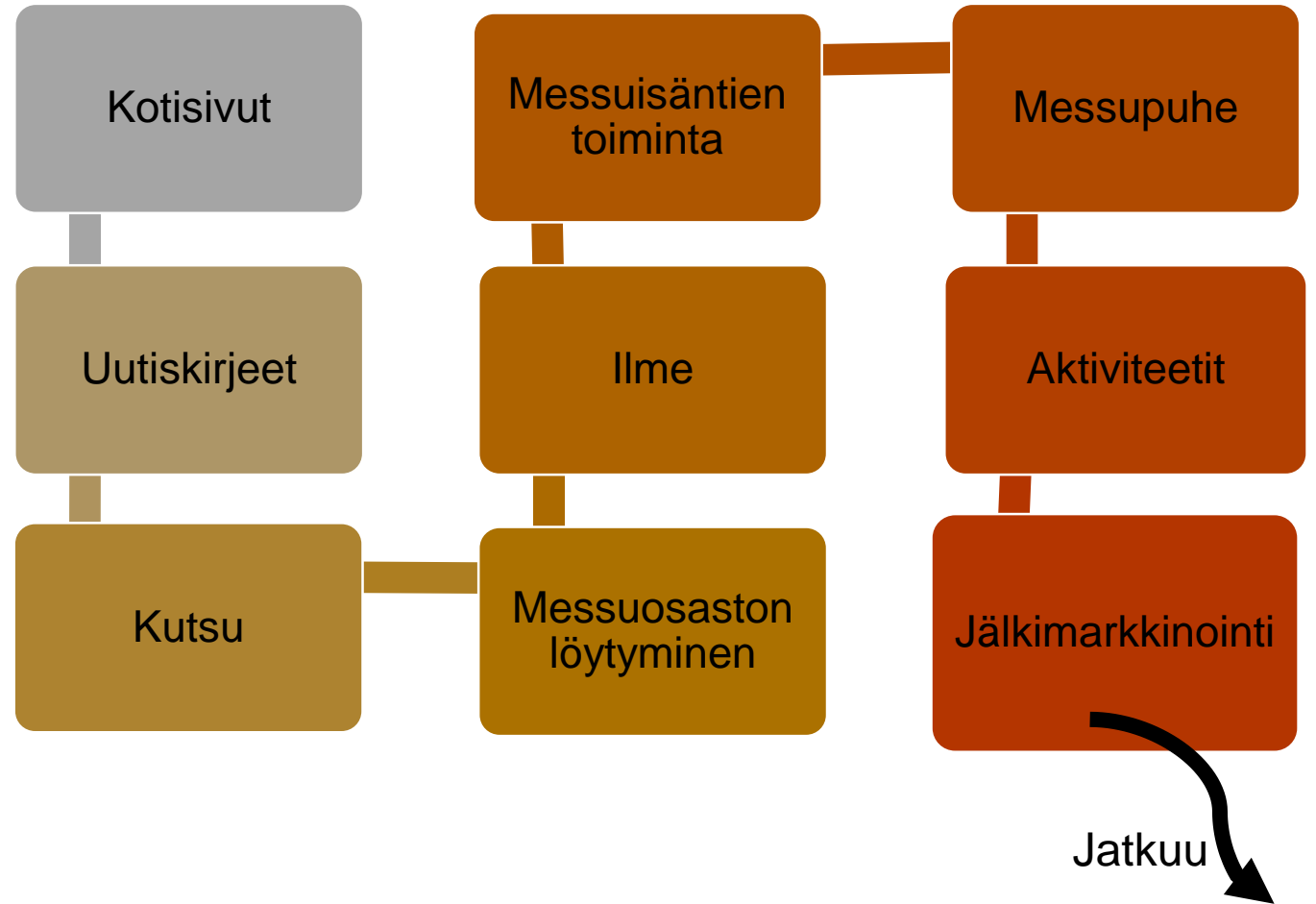


TEKNISET TAVOITTEET

- Budjetti
- Kustannus / saatu liidi
- Messuille kutsuttavien määrä
- Osastolla kävijöiden määrä
- Messulippujen jakaminen
- No show'n määrä
- Postausten määrä somekanavissa
- Lehtijuttujen määrä

MIELIKUVA- TAVOITTEET

- Syntyvät koko messukokemuksesta
- Ensimmäisestä viestistä viimeiseen



MUUTOS TAVOITTEET

- Uuden oppiminen
- Uusien ideoiden saaminen
- Käsityksen tai asenteen muuttaminen tuotteesta/palvelusta tai organisaatiosta
- Uusiin henkilöihin tutustuminen
- Uuden taidon tai käytännön omaksuminen
- Suhteen syventäminen

VAIKUTTAVUUS TAVOITTEET

- Heti tai myöhemmin
- Osta enemmän
- Ottaa puhelun vastaan
- Kpl: liidien määrä, suosittelijoiden määrä, yhteystietojen määrä
- €: uusmyynti, lisämyynti

MESSU ON MAHDOLLISUUS

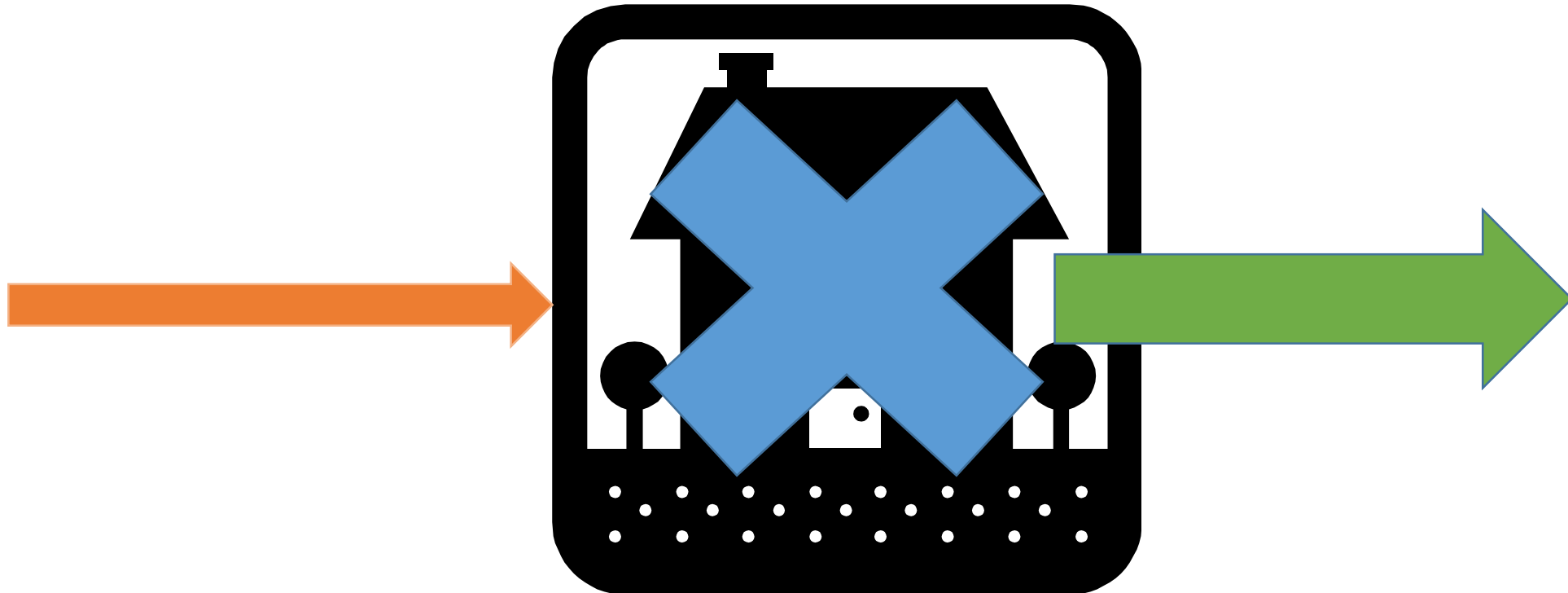
Faustus

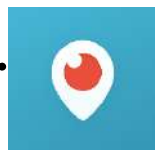
MESSUPROJEKTI



Viestintä – sisäinen ja ulkoinen #messut

MESSUPROJEKTI

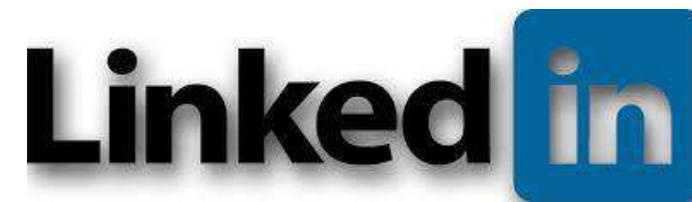
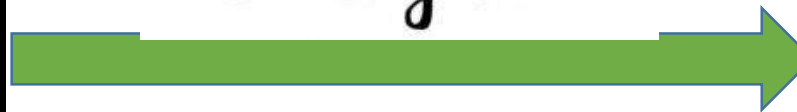




You
Tube



Instagram



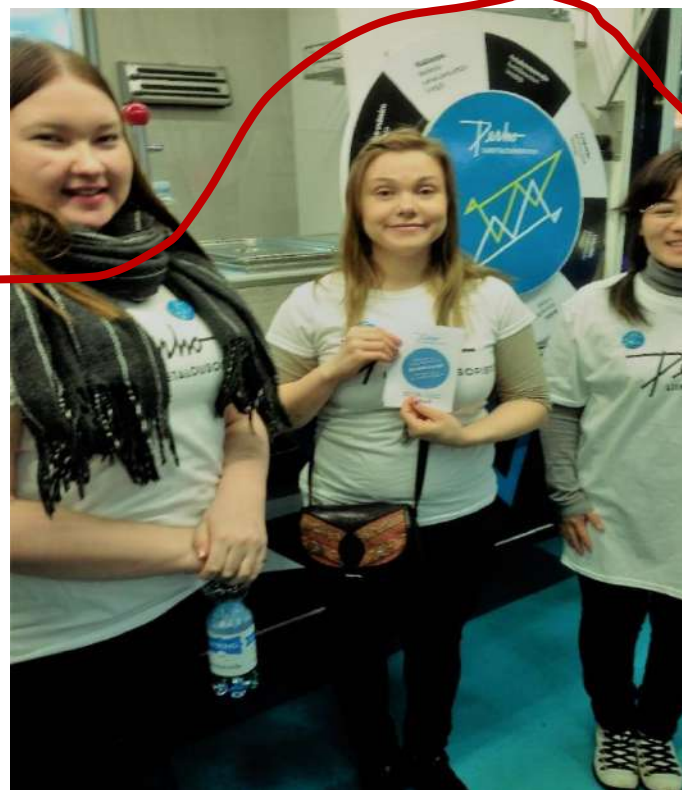
Viestintä – sisäinen ja ulkoinen #messut

MESSU- STRATEGIASTA IDEAKSI

- Mikä on **idea, teema, tarina**, joka tukee perusarvoja ja identiteettiä?
- Mitä messuosastolla tapahtuu, että tavoite saavutetaan?
- Millainen messuosasto tukee messustrategiaa, tavoitteita ja ideaa?



MESSUIDEA TOIMII SISÄLTÖ – OSASTO - MESSUISÄNIEN TOIMINTA



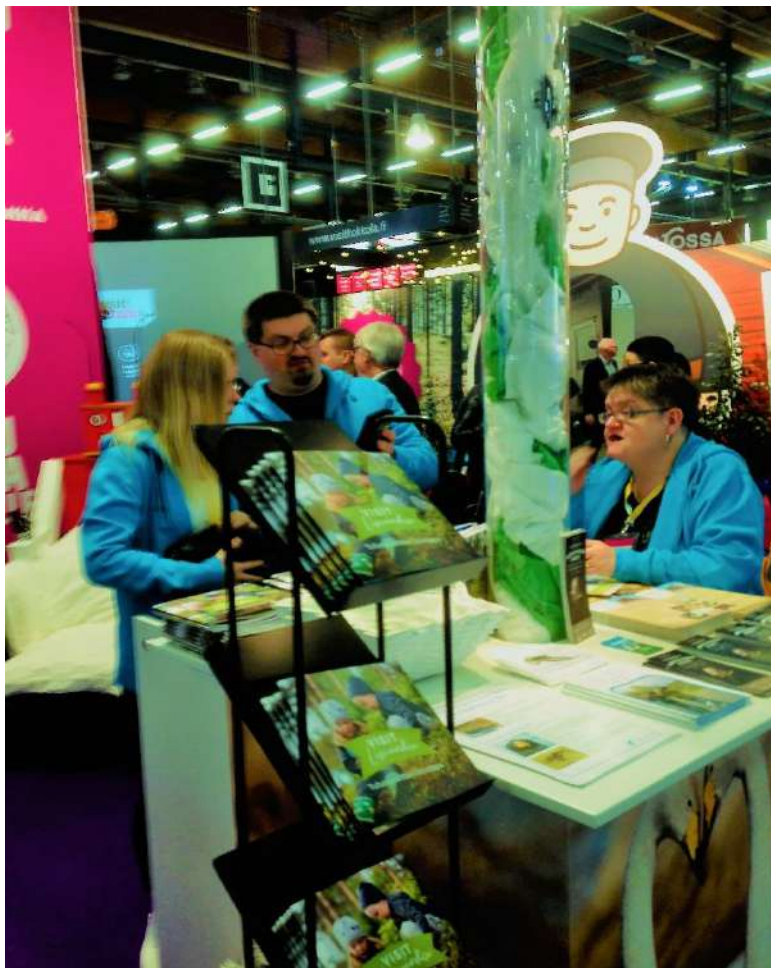
VAIKUTTAVA MESSUKOHTAAMINEN – MESSUISÄNNÄT!

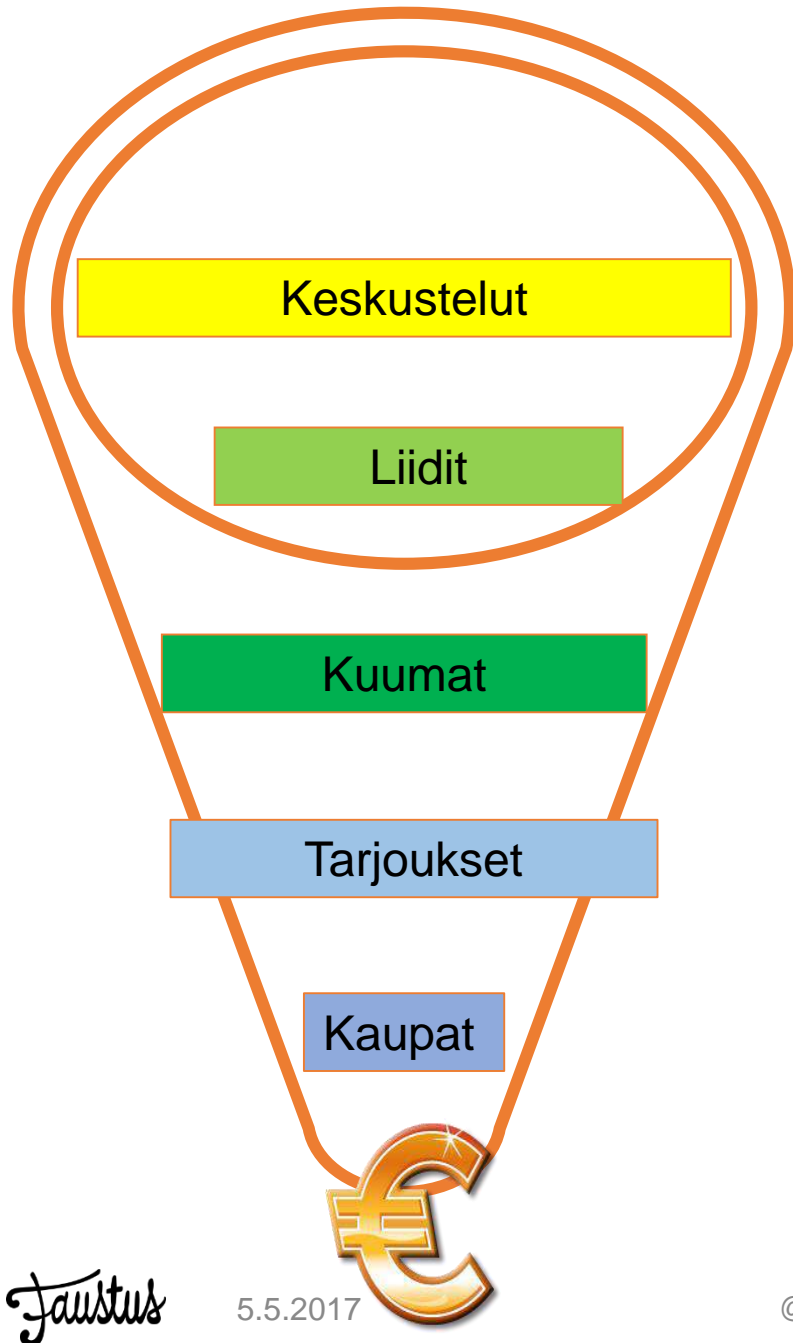
Jaustus

”TAPAHTUMAT OVAT ISÄNTIEN JA VIERAIDEN
KOHTAAMISIA, JOISSA HYVÄ ISÄNTÄ HURMAA
KÄYTÖKSELLÄÄN”

Jaustus







Messuisäntein aktiivisuus on merkityksellinen

Dataa:

1. Montako % keskusteluista liideiksi?
2. Montako % liideistä kuumiksi liideiksi?
3. Moniko kuumista johtaa tarjoukseen?
4. Mikä on tarjousten onnistumisprosentti?
5. Mikä on kaupan keskihinta

ONNISTUIKO MESSUPROJEKTI?

.....



	Liidien määrä	Sähköposti-osoitteet kpl	Testaus	Uudet asiakkaat
Tavoite	100	300	20	1
Toteuma	50	400	20	3
Ero	-50	+100	+/-	+2

KOHTAAMISET MESSUILLA

.....



- Rauhalliset, sovitut kohtaamiset, joihin ehtii ennakkoon valmistautua
- Hunajapurkkikohtaamiset, osallistuja tulee hakemaan jotakin...mahdollisuuksia!
- Spontaanit kohtaamiset - valmistaudu

MESSU TALK

- Herätä mielenkiinto – rohkea kohtaaminen ja keskustelun avaus
”Maistuisiko ranskalainen juusto?”
- Haastattele – löydä oikeat vastaukset – onko kohderyhmääsi?
”Onko sinulla kiinnostusta kokeilla?”
- Argumentoi – kerro lyhyet väittämät
”Meillä se on maksutonta...”
- Päätä keskustelu – napakasti – että ehdit kohdata uuden henkilön
”Ehdotan että mietit asiaa...Soitan sinulle”

MESSUTALK KUNTOON

1. Mitä tietoa tarvitset kartoittaaksesi onko kävijä potentiaalinen?
2. Laadi avoimia kysymyksiä, jolla kaivat tiedon
3. Mitä lisäarvoa tuote/palvelu/tarjoamasi asia tuo eri kohderyhmille?

- ✓ Laadi kysymykset
- ✓ Laadi viestit - argumentit
- ✓ Harjoitelkaa koko messutiimin kanssa

KEHONKIELI NÄKYYY, ILME KERTOO, TUNNELMA VÄLITTYY



HYVÄ MESSUILIJÄ ON TÖISSÄ TIEDOLLA

- PIDÄTHÄN PEREHDYTYKSEN KOKO TIIMILLE

- Tietää tavoitteet ja tarkoituksen osallistumiselle
- Tietää mitkä ovat viestit, teemat, tuotteet, palvelut – eri kohderyhmille
- Tietää mitkä on aktiviteetit
- Tietää mitä tapahtuu messujen jälkeen
- Tietää keitä on kutsuttu osastolle ja keitä on ilmoittautunut
- Tuntee messuständin tilankäytön
- Tietää oman roolin ja tavoitteet
- Noudattaa pukeutumisohjetta ja käyttää tunnistetta

YHTEENVETO

Faustus

YHTEENVETO

- Messustrategia ja tavoitteet ohjaavat suunnittelua
- Kohderyhmien analysointi ja tunnistaminen keskiössä
- Messut ovat osa muuta markkinointiviestintää, hyödynnä ja seuraa tulokset sekä linkitä muuhun toimintaan
- Messuisäntien rooli on merkityksellisin, sitouta!
- Messuilla brändi on livenä – hyödynnä 100%!

HELENA WALLO

- Ekonomi, pedagogi, näyttötutkintomestari, tuotekehittäjä
- Yli 30 vuoden kokemus markkinointiviestinnästä, tapahtumamarkkinoinnista, johtamisesta, henkilöstön kehittämisestä
- Evento Awardsin ja Eventex -tuomaristojen jäsen
- Cocomms viestintätoimiston hallituksen jäsen
- Theron Catering Blogger
- www.faustus.fi

