



ZP EUROPE VIRTUAL

12.-16. Oktober 2020

How to

Besuchermarketing

HIGHLIGHT TOPICS

// RECRUITING
& ATTRACTION

// OPERATIONS
& SERVICES

// LEARNING
& TRAINING

// CORPORATE
HEALTH

// FUTURE
OF WORK

// 360° HR ERLEBEN

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

Der entscheidende Erfolgsfaktor für eine Messebeteiligung ist eine sorgfältige Planung. Mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen können Sie als Messeaussteller sicherstellen, die für Sie relevanten Besucher an Ihrem Stand begrüßen zu können. Zwar investieren wir als Veranstalter in die Bewerbung der Messe bei Besuchern, dies bedeutet jedoch nicht automatisch, dass diese Besucher mit Ihnen kommunizieren.

Tipps für die richtige Ansprache haben wir Ihnen in diesem Dokument zusammengetragen.



Stärken Sie Ihr Image und Ihre Marktposition



Erweitern Sie Ihren Kundenstamm



Generieren Sie mehr qualitative Leads

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Wen wollen Sie wie erreichen?

Bevor Sie mit der Planung der Werbemaßnahmen beginnen, werden Sie sich über die [Besucherzielgruppe](#) der jeweiligen Messe bewusst. Sowohl das Angebot vor Ort als auch die entsprechenden Maßnahmen, sollten auf den Messebesucher und auf dessen Messeziele ausgerichtet sein.

Messeziele Ihrer Besucher:

- Informationen über Neuheiten
- Marktübersicht
- Weiterbildung & Wissensvermittlung
- Informationsaustausch
- Business

Wen wollen Sie wie erreichen?

Überlegen Sie sich, wie sich diese Ziele mit einem Besuch bei Ihnen erreichen lassen. Die Beantwortung der folgenden Leitfragen, kann Ihnen dabei helfen Ihre Relevanz in den Augen der Besucher zu steigern.

- **Versorge ich Interessenten mit relevanten Produktinformationen?**

> Qualität statt Quantität!

- **Bin ich überall sichtbar?**

> Social Media, Webseite, auf der virtuellen Veranstaltung, Sponsoring & Werbeleistungen

- **Wie positioniere ich mich am besten als Wissensträger?**

> Mit Vorträgen und Workshops on demand schaffen Sie einen Mehrwert und bleiben in Erinnerung

- **Wie trete ich in den Kontakt mit meiner Zielgruppe?**

> Panels und Diskussionsrunden können eine gute Möglichkeit sein, sich mit Ihrer Zielgruppe auszutauschen und sich als Experte zu etablieren

- **Lädt mein Stand zum Verweilen ein?**

> Anregungen zum Verweilen können informative Broschüren oder Videos sein, die Sie auf Ihrem virtuellen Messestand einbauen können. Auch ein ansprechend gestalteter virtueller Messestand lädt den Besucher zum verweilen ein.

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Kündigen Sie Ihre Messeteilnahme an

Sie nehmen an einer Messe oder Veranstaltung teil? **Dann zeigen Sie es!**

Nutzen Sie Ihre Homepage, Ihre Social Media Kanäle, Pressemitteilungen und die E-Mail Signaturen, um auf Ihre Teilnahme hinzuweisen.

Dies sind einfache, aber effiziente Maßnahmen, um Kunden und solche, die es werden wollen, an Ihren Messestand zu führen.

TIPP

Kennen Sie schon unseren Bannergenerator?

Erstellen Sie ganz einfach individualisierte Webbanner, Social Media Posts und E-Mail Signaturen, die Sie für Ihre Kommunikation nutzen können.

Wählen Sie Ihre Halle aus und geben Sie Ihren persönlichen Text dazu ein. Die vorgefertigten Banner, lassen sich ganz einfach einbinden und ersparen Ihnen den grafischen Aufwand.

[Jetzt ausprobieren!](#)

Kündigen Sie Ihre Messeteilnahme an

XING Events richtig nutzen:

An dieser Stelle ein kurzer Exkurs über den Nutzen von XING Events.

WARUM?

- Im Business Netzwerk sind über 16 Millionen (*Angabe XING) berufstätige Nutzer registriert, die das Ziel verfolgen, wertvolle Business Kontakte zu schließen und für Sie potenzielle Kunden darstellen.

Erstellen Sie also zunächst ein kostenloses Event auf XING über Ihre Messeteilnahme. Dies ist die Grundlage dafür, dass Nutzer Sie überhaupt finden können.

[Wie Sie Ihr Event ansprechend optimieren können, erfahren Sie in dieser Anleitung von XING.](#)

Mit **XING Event Plus** können Sie Ihre Seite nun kostenpflichtig erweitern und zusätzliche Funktionen freischalten wie Informationen über Ihre Besucher, Versenden von persönlichen Einladungen an Besucher, Anzeigenschaltung, Statistiken, externe Verlinkungsoptionen etc.

[Wie das geht und welche Vorteile das für Sie hat erfahren Sie hier.](#)

Einladungsmanagement

Zeit ist heute eine knappe Ressource. Fachbesucher planen Ihren Messebesuch auch bei einem virtuellen Event im Voraus und vereinbaren entsprechende Online-Termine bereits vor Messebeginn. Mit einer persönlichen Einladung können Sie sicherstellen, dass sich die Besucher an Sie erinnern.

Wie wird eine erfolgreiche Einladungskampagne geplant?

Um eine Einladungskampagne wirkungsvoll zu gestalten, gibt es ein paar Dinge, auf die Sie unbedingt achten sollten:

- **Der zeitliche Rahmen:** Daher beginnen Sie frühzeitig mit dem Versand der Einladungen, um dem Empfänger die Planung seines Besuchs zu erleichtern. Zudem behalten Sie Ferien, Feiertage oder sonstige Branchenrelevante Termine im Blick.
- **Die interne Organisation:** Rückläufer, Rückfragen, die Koordination der Messetermine und der Vertriebsmitarbeiter etc. All das sollte geplant sein und ein entsprechender Verantwortlicher definiert werden.
- **Ihre Empfänger:** Hier sollten Sie sich überlegen, ob es Sinn macht, Ihre Empfänger zu clustern und differenziert anzusprechen.
- **Der Inhalt:** Botschaft, Nutzen, Datum und Ort der Messe sind genauso wichtig wie der Wegweiser zu Ihrem Stand. Darüber hinaus sollten Sie unbedingt über Produkte bzw. Leistungen, Besonderheiten wie Events oder Vorträge sowie über Hinweise zu Tickets und Kontaktmöglichkeiten informieren.

Einladungsmanagement

Das Schreiben soll Neugierde wecken und Anreiz für einen Besuch auf der Messe liefern. Hilfreich ist es hierbei sich an den oben genannten Besucherzielen zu orientieren. Wenn Sie dieses möglichst persönlich, und nicht an allgemeine Geschäftsadressen, adressieren, ist die Wahrscheinlichkeit dabei höher, tatsächlich das Interesse zu wecken.

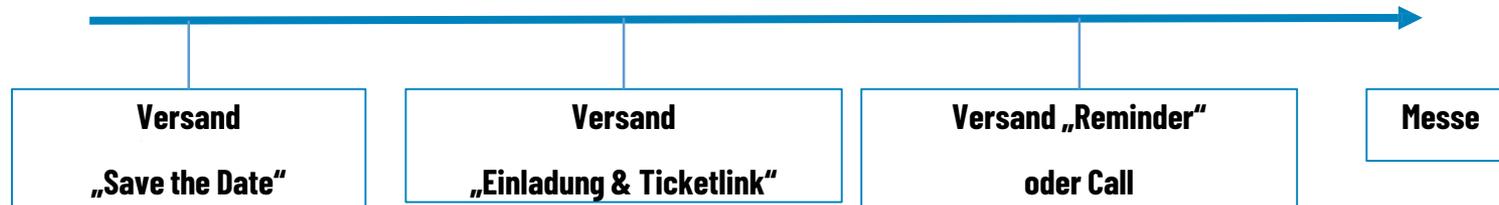
Was kann bzw. soll meine Einladung beinhalten?

- **Das Einladungsschreiben:** Ob in digitaler oder analoger Form, das Einladungsschreiben ist der Kern Ihrer Kampagne. Es soll Neugierde wecken und Anreiz für einen Besuch auf der virtuellen Messe liefern. Hilfreich ist es hierbei sich an den oben genannten Besucherzielen zu orientieren. Wenn Sie dieses möglichst persönlich, und nicht an allgemeine Geschäftsadressen, adressieren, ist die Wahrscheinlichkeit dabei höher, tatsächlich das Interesse zu wecken.
- **Eintrittskarten:** Lassen Sie Ihren Kunden einen individuellen Link zur Registrierung zukommen. Die Anmeldung ist für jeden Besucher kostenfrei.
- **Werbemittel:** Legen Sie ausgewählte Werbemittel, wie Flyer oder Informations-Factsheet, Ihrer Einladung bei und kommunizieren Sie die Inhalte der Messe so noch anschaulicher. [Hier geht's zum Download.](#)

Einladungsmanagement

Eine Einladungskampagne sollte mehrstufig durchgeführt werden. Dies sorgt dafür, dass Sie in Erinnerung bleiben. Wann Sie mit der Kampagne beginnen und welche Elemente tatsächlich relevant für Sie sind, müssen Sie je nach Empfänger und Branche individuell entscheiden.

Wie könnte ein mehrstufige Einladungskampagne aussehen?



1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Sponsoring & Werbemöglichkeiten

Auch virtuelle Messen geben Ihnen die Möglichkeit, innerhalb kürzester Zeit eine Vielzahl von potenziellen Kunden auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen. Der Wettbewerb ist groß! Unsere individuellen Sponsoring- und Werbemöglichkeiten helfen Ihnen aus der Masse herauszustechen und dem Besucher den Weg an Ihren Stand zu finden.

Je nach Budget bieten wir Ihnen diverse Leistungen an. Lassen Sie sich beraten, um herauszufinden, welches Produkt das passende für Sie ist.

Kontaktieren Sie unser Sales-Team

Live-Kommunikation

Nutzen Sie Ihre Social Media Kanäle, um auch während der Messe hin und wieder über Ihre Teilnahme live zu berichten. Dies gibt Ihren Followern sowie potenziellen Kunden einen persönlichen und authentischen Einblick in die Aktivitäten Ihres Unternehmens sowie in das Team. Live-Kommunikation ist eine oft unterschätzte, aber hilfreiche und kostenlose Möglichkeit, die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf sich zu ziehen und dabei auch von der Reichweite der Messe zu profitieren. Unter Verwendung des richtigen Hashtags und Verlinkung zur Hauptveranstaltung bzw. Messe, gewinnen Sie mehr Follower für Ihre eigene Seite und geben mehr Besuchern die Chance, Sie vor Ort zu finden.

Unsere Social Media Kanäle:

- [Facebook](#)
- [XING](#)
- [Twitter](#)
- [Instagram](#)
- [LinkedIn](#)

#ZPE20Virtual

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 **Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe**

Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

Nach der Messe ist das Besuchermarketing noch nicht (ganz) abgeschlossen. Neben der vertrieblichen Nachbearbeitung, sprich Auswertung der Gesprächsprotokolle und Leads, sollten Sie auch aus Kommunikationssicht noch einmal Nachfassen.

Nutzen Sie auch hier wieder Ihre Social Media Kanäle, um sich bei Besuchern und Partnern sowie dem Team zu bedanken und Bild-, Audio- oder Videomaterial der Messe zu veröffentlichen.

Unbedingt sollten Sie auch Ihren Verteiler der Einladungskampagne noch einmal mit einer Danksagung und nach Möglichkeit mit Bild-, Audio- oder Videomaterial bespielen. Falls zu diesem Zeitpunkt schon der nächste Termin Ihrer Event- oder Messeteilnahme feststeht, wäre dies die perfekte Möglichkeit, darauf aufmerksam zu machen.

DANKE

THANK YOU

спасибо

GRAZIE

MERCI

谢

teşekkür

1 Warum sich Besuchermarketing für Sie lohnt

2 Zielgruppe & Messeziele

3 Kommunikationsmaßnahmen vor der Messe

4 Kommunikationsmaßnahmen während der Messe

5 Kommunikationsmaßnahmen nach der Messe

6 Best Practices Besucherwerbung

Lernen Sie von unseren Experten

Wir haben mit erprobten Ausstellern der Zukunft Personal Series gesprochen und die wichtigsten Faktoren, die in der Besuchergenerierung berücksichtigt werden müssen, für Sie in ausgewählten Best Practice Beispielen zusammengefasst.

Entdecken Sie die Success Stories unserer Aussteller und werden Sie selbst zum Marketing-Profil!

Best Practice Nr.1

Mit welchen gezielten Maßnahmen konnten Sie Ihre Besucher gewinnen?

Unsere Kunden erhalten jedes Jahr Gutscheincodes für Tagestickets, um sich auf der Messe von uns und anderen Ausstellern inspirieren zu lassen. Darüber hinaus haben wir immer neue Produkte und Studien im Gepäck – an unserem Stand gibt es also immer etwas zu entdecken.

Verschiedene Aktionen, exklusive Vorträge, besondere Goodies und ausgewählte Snacks runden unser Standprogramm ab. Alle Aktionen werden bereits im Vorfeld über unsere Webseite und unsere Social-Media-Kanäle, über Mailings, Briefe und natürlich unseren Vertrieb rechtzeitig beworben.

Was raten Sie anderen Ausstellern mit Blick auf die Besuchergewinnung?

Wichtig ist vor allem die frühzeitige Bewerbung der Messeteilnahme und auch der Vertrieb sollte zeitnah einbezogen werden, um Kunden aktiv zur Messe beziehungsweise an unseren Stand einzuladen. Der persönliche Austausch mit den Kunden vor Ort ist nach wie vor sehr wichtig. Der Erfolg einer Messe, der sich maßgeblich an den Besucherzahlen misst, hängt vor allem vom Input und dem Engagement der Aussteller ab. Der Veranstalter bietet die perfekte Plattform und der Aussteller muss sich aktiv einbringen. Nur wenn beide Parteien an einem Strang ziehen, gelingt ein erfolgreicher Messeauftritt.



Katrin Blaufelder

Marketing Manager Events
Stepstone Deutschland GmbH

Carolin Stasik

Marketing Manager Events
Stepstone Deutschland GmbH



meets



Best Practice Nr.1

Ihre 3 Tipps zum Messeerfolg

Mut, frühzeitige **Messeorganisation** und **Motivation!**

Innovative Ideen umzusetzen setzt eine gewisse Portion Mut voraus. Und wer die Messeorganisation früh vorantreibt und rechtzeitig in die Planung und Absprache mit den Vertriebskollegen geht, schafft sich den Freiraum, Neues auszuprobieren und kreativ zu sein. Wichtig ist vor allem die intrinsische Motivation aller intern Beteiligten, also der „angeborene“ Spaß von Event-Team und Vertrieb, einen erfolgreichen Schulterchluss herzustellen – so bleibt man auch in stressigen Zeiten gelassen und souverän und schafft gemeinsam Erfolge.



Katrin Blaufelder

Marketing Manager Events
Stepstone Deutschland GmbH

Carolin Stasik

Marketing Manager Events
Stepstone Deutschland GmbH

Wie konnten Sie dabei von unserem Marketing-Service profitieren?/Wie haben Sie unseren Marketing-Service genutzt?

Der Marketing-Service ist für viele unserer Ideen zur Gewinnung von Besuchern offen und unterstützt uns mit Informationen und Inhalten, die wir immer zeitnah erhalten. Dabei spielt es keine Rolle, ob es um die gemeinsame Umsetzung von neuen Einfällen, die Erstellung von Bannern oder einfach nur um ein kritisches Feedback geht, wie man einzelne Punkte noch effektiver ausarbeiten kann – der Marketing-Service ist für uns immer ein zuverlässiger und kompetenter Ansprechpartner.



meets



Best Practice Nr.1

Was raten Sie anderen Ausstellern mit Blick auf die Besuchergewinnung?

Wir raten in jedem Fall zur persönlichen Ansprache und dazu, interessante "Highlights" auf dem Messestand als Besuchsanziehung anzubieten. Diese Highlights sollten sowohl auf inhaltliche Art, als auch in Form von Entertainment, gestaltet werden. Wir bieten Besuchern so beispielsweise unseren "Mr. Ice Cream" (Eismann mit Show-Effekten) oder den Illusionisten (Close-Up Magier).



Christian Flesch

Leitung Marketing
Jobware GmbH

Was raten Sie anderen Ausstellern mit Blick auf die Besuchergewinnung?

Wir raten in jedem Fall zur persönlichen Ansprache und dazu, interessante "Highlights" auf dem Messestand als Besuchsanziehung anzubieten. Diese Highlights sollten sowohl auf inhaltliche Art, als auch in Form von Entertainment, gestaltet werden. Wir bieten Besuchern so beispielsweise unseren "Mr. Ice Cream" (Eismann mit Show-Effekten) oder den Illusionisten (Close-Up Magier).

Best Practice Nr.1

Des Pudels Kern: Durchdachtes Einladungsmanagement, persönliche Ansprache und ganzheitliche Bewerbung

Auch Jobware, die Jobbörse für Fach- und Führungskräfte, zählt zu den besonders engagierten Ausstellern der Zukunft Personal Series. Christian Flesch, *Leitung Marketing* der *Jobware GmbH* über seine "Must-Dos" im Messe-Marketing.

Ganz vorne mit dabei sind folgende Aspekte:

- Persönliche telefonische Ansprache
- Mailings und Newsletter
- Persönliches Einladungsmanagement
- Ankündigung über alle Owned Media Kanäle hinweg

Mit welchen gezielten Maßnahmen konnten Sie Ihre Besucher gewinnen?

Als besonders effektiv hat sich die persönliche Ansprache der Zielgruppen erwiesen. So haben wir persönliche Telefonate mit frühzeitigen Mailingaktionen und Newslettern im Vorfeld der Messe kombiniert. Dabei haben wir den jeweiligen Messeschwerpunkt sowie die "Show-Acts" vorgestellt. Bei Interesse erfolgte daraufhin eine persönliche Einladung. Darüber hinaus fand eine Ankündigung der Messeteilnahme in den Mediadaten (Print) und auf der Homepage statt.



Christian Flesch

Leitung Marketing
Jobware GmbH



meets



Ihre Checkliste – Haben Sie an alles gedacht?

✓ Frühzeitig mit der Messebewerbung starten, dabei jegliche Owned Media Kanäle nutzen

✓ Den [Bannergenerator](#) für einfache individuelle Onlinegrafiken nutzen

✓ Vertrieb einbinden: Persönliche Kommunikation und Betreuung

✓ Durchdachtes, mehrstufiges Einladungsmanagement:

Planung

- Zeitlichen Rahmen beachten
- Interne Organisation regeln
- Empfänger definieren, ggf. clustern
- Save the Date, Einladung & Tickets, Reminder einplanen

Inhalt

- Einladungsschreiben, Registrierungslink
- Botschaft, Nutzen, Datum und Ort der Messe transportieren
- Wegweiser zu Ihrem Stand integrieren
- Produkte, Leistungen und Besonderheiten des Events hervorheben

✓ Messestand attraktiv und interaktiv gestalten (Infotainment-Angebot)

Noch Fragen?

Gerne stehe ich Ihnen persönlich zur Verfügung!

Ihr Ansprechpartner:

Vanessa Röhr

Marketing Communication Manager

spring Messe Management GmbH

T. +49 621 700 19 -183 | E. v.roehr@messe.org



Copyright:

Alle hier vorgestellten Inhalte, Ideen und ihre Ausführung sind geistiges Eigentum der spring Messe Management GmbH und unterliegen dem Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwendung sind in jedem Fall nur nach Erteilung unserer vorherigen schriftlichen Zustimmung zulässig.