

# SÅDAN FORBEREDER DU DIG INDEN MESSESTART

---

*Nøglen til en succesfuld messe ligger typisk i forarbejdet - det er ikke nok, at booke en stand og ellers læne sig tilbage. En vigtig del af bearbejdet ligger hos dig som udstiller. Det kan dog være svært at overskue og prioritere, hvor indsatsen skal lægges. Vi har samlet 5 gode råd til dig som udstiller - ny som erfaren - der skal skrue op for aktiviteten på din stand og intensivere mængden af interessante leads.*

---

## SÆT DIG NOGLE MÅL

Inden du når til at booke din stand, er det nødvendigt du overvejer, hvad du vil opnå med deltagelsen. Hvad er målet med din deltagelse? Hvis målene skal opfyldes, hvad kræver det så af dig? Så snart du har defineret disse, kan du nemmere sætte en kurs for dine aktiviteter.

## PLANLÆG DIN MARKEDSFØRING

Hvordan har du tænkt dig, at din deltagelse skal markedsføres? Det gælder både dit standdesign samt markedsføringen på medier op til messen. Overvej hvilke medier der er mest effektive for dit set-up, hvordan de skal benyttes og hvornår. Brug f.eks. din profil på [foodfromdenmark.com](http://foodfromdenmark.com), deltag i en fællesbrochure, LinkedIn, mailkampagner, autosignatur, videomateriale, personlige invitationer m.m. En god idé er, at have fokus på 1-2 produkter i din markedsføring op til og undervejs på messen – for mange produkter skaber forvirring. Lav evt. et tema, f.eks. med fokus på bæredygtighed, lokale råvarer eller en bestemt varekategori.

## DEFINER DINE KUNDEEMNER

Inden messestart bør du undersøge markedet for konkurrenter og særligt kunder. Det er vigtigt at få defineret sine kundeemner

og overveje hvem du specifikt vil have kontakt til – brug f.eks. LinkedIn til screeningen. Udvælg specifikke personer herfra, som du mener kunne være brugbare i din forretningssituation.

## INVITER DINE KUNDER/GÆSTER

Op til messestart, er det meget vigtigt at I selv sørger for, at invitere førnævnte kunder og andre gæster. En god idé er f.eks. at udarbejde en flot invitation i PDF-format. På den måde virker du professionel og forberedt. Du kan f.eks. invitere nuværende kunder, potentielle kunder, samarbejdspartnere eller kontakter fra tidligere messer. Ofte kan du tilgå gratis gæstebilletter gennem messearrangøren, som du kan videregive til dine gæster.

## UNDERSØG MESSENS AKTIVITETER OG ARRANGEMENTER

Ofte vil messen afholde forskellige arrangementer, hvor du som udstiller kan deltage. Undersøg om nogle af disse aktiviteter kunne være relevante for dig – f.eks. receptioner eller konkurrencer der kan rette fokus mod dine produkter, bl.a. New Product Expo på PLMA Amsterdam. Deltagelse i sådanne aktiviteter kan være en sjov og ny måde, at møde interessante kundeemner eller fremtidige samarbejdspartnere på, og især rette et internationalt fokus på dine produkter.