

Inhaltsverzeichnis

Ausgangslage/ Situationsanalyse	11	Messeablauf , 3 Tage, 16 Punkte	16
Bedeutung VF	11	Messebesuch fördern - Ideen	16
Bekanntheit	11	Messen/ Events/ Degustationen	16
Budget	11	Messeziele	16
Budget an Messe	11	Produkteinführung 1 Ziele auf Stufe Handel	17
Controlling Konzept für Messenachbearbeitung	12	Produkteinführung 2 Ziele auf Stufe Handel	17
Degustations Konzept	12	Protokollführung Gespräche	17
Ebene	13	Stärken/ Schwächen - Chancen/ Gefahren	18
Einladungen	13	Verschiebung Messe, Konflikte	18
Formular für Gespräche	13	VF Massnahmen für Grosskunden, saisonal	18
Gesamtziel in Fall	13	VF Massnahmen ohne Rabatt	18
Gesprächsleitfaden	13	VF Strategie	19
Gründe für VF	13	VF Ziele	19
Händler mit grossem Umsatz!	14	Vorbereitung Mitarbeiter auf Messe	19
Internet VF Massnahmen	14	Zeitplan	19
Internet VF Ziele	14	Zeitplan	19
Junge Zielgruppe	14	Ziele Terminierung	20
Kontroll Kriterien	14	Zielgruppe Bier	20
Kontroll Plan	14	Zielgruppe Prio 1	20
Massnahmen Darstellung	14		
Massnahmen Struktur	15		
Massnahmen VF – an Messe	15		
Massnahmen VF – Bier Fallstudie	15		

Thema	Beschreibung/ Erklärung
-------	-------------------------

Ausgangslage/ Situationsanalyse	Situation beschreiben! Warum machen wir VF, was ist der Grund dafür, in VF Konzept nur machen wenn verlangt
Bedeutung VF	Kaufanreiz, Umsatz, Absatz kurzfristig
Bekanntheit	Kein VF Ziel sondern Werbeziel
Budget	Bei der Angabe des Budgets muss genau beschrieben werden wie man auf den Totalbetrag kommt. Rechnungsweg muss ersichtlich sein. Begründung: Wo setzen wir mehr Geld ein.
Budget an Messe	Es wird eine Aufstellung des Budgets mit den wichtigsten Posten verlangt. Beinhaltet zbsp: Gewinner AD, Incentives Hostessen Übernachtung Personal Parkkarten Externe Referenten Catering Messe Abend Standreinigung Versicherung und Transport Stand Fotos und Videoproduktion Wettbewerb Kommunikation Give Aways Reserve einplanen ca. 7%

Thema	Beschreibung/ Erklärung
<p>Controllingkonzept für Messenachbearbeitung</p>	<p>Struktur muss vorhanden sein!</p> <p>Ausgangslage</p> <p>Ziele: Überprüfen der allgemeinen Messeziele Kontrolle der Gesprächsinhalte Nachbearbeitung Messekontakte Priorisierung Follow Up</p> <p>Massnahmen/ Kontrollplanung: Darstellung- Kontrollinhalt, Wie, Wann, Wer, Begründung Absatzziele Umsatzziele Anzahl Neukunden Nachbearbeitung der Messekontakte Informationsfluss Infos müssen alle in der richtigen Zeit weitergeben</p> <p>Formularerstellung</p> <p>Information/ Instruktion der Beteiligten</p> <p>Fragen zur Aufgabe: Wie kann man Gesprächsinhalte sichern - Rapport führen Wie kann man Messekontakte weiterhin bearbeiten - Rapportformular erstellen Priorisierung des Follow up - Zeitangaben auf Rapportformular, Einschätzung nach Potenzial,</p>
<p>Degustationskonzept</p>	<p>Ziele: Verkauf während Degutage. Jeder Passant wird aktiv auf das Produkt angesprochen Anzahl Personen welche pro Tag probieren</p> <p>Kurz: Ansprache, Überzeugung, Handlung, Verkauf</p> <p>Zielgruppe: Nach Fallstudie individuell</p> <p>Anforderungen an Stand: Hohe Frequenz sicherstellen Leicht zugänglich machen für PV Neben Stand Produkte zum Verkauf platzieren Lager für Nachschub muss in der Nähe sein Strom muss vorhanden sein</p> <p>Beschreibung Stand: Ev. Aufzeichnen</p> <p>Verkaufshilfen für Stand: Display mit Hinweis auf Aktion Zusätzlicher Flyer Argumentations Listen</p>