



Yes Expo-Styling

Prof. J.H. Bavincklaan 2

1183 AT Amstelveen

The Netherlands

Tel: +31(0)20-3118113

Fax: +31(0)20-3118114

E-mail: yes@yes-expo.nl

www.yes-expo.nl

Met de **Yes** Expo-Styling Beurs Routewijzer Een optimaal Beurs Rendement

Steeds meer bedrijven realiseren zich gelukkig hoe groot het rendement van deelname aan beurzen en tentoonstellingen is en wat beursdeelname voor de totale marketing-communicatie strategie kan betekenen. Er is dan ook absoluut geen medium zo sterk gericht op de kern van de doelgroep en daar zo intens interactief mee, als een beurs.

Geen medium zo direct als een beurs!

Vanzelfsprekend gaan marketeers, die kiezen voor een beurs als onderdeel van de totale marketing-communicatie mix, niet over een nacht ijs. Zij kiezen doelbewust de beurs die het best bij hun product of dienst past.

En een goede voorbereiding en planning is dan van zeer groot belang.

Er moet een idee ten grondslag liggen aan de totale presentatie. Een concept, al dan niet in synergie met de andere onderdelen van de promotiecampagne. Er moet een stand ontworpen, drukwerk gemaakt, advertenties wellicht en er moet personeel vrijgemaakt worden. Al deze langlopende processen moeten op tijd gestart worden. Daarbij kan deze handige **Yes Expo-Styling Routewijzer** tot hulp zijn. Want alleen met duidelijk voorafgestelde doelstellingen is het mogelijk om het rendement van een beurs optimaal te maken.

Geen medium zo direct als een beurs!



1. De afweging

Doelstelling binnen de marketing strategie

Ondernemingsgericht

- Directe verkoop
- Relatiebeheer
- Relatiemarketing
- Naamsbekendheid
- Marktonderzoek
- Informatieverschaffing
- Corporate uitstraling
- Merkmarketing

Productgericht

- Directe verkoop
- Kennismaking
- Marktverkenning
- Naamsbekendheid
- Marktonderzoek
- Informatieverschaffing
- Corporate uitstraling
- Merkmarketing

2. Kerngegevens voor een keuze c.q.

Datum beurs

Locatie

Bereikcijfers

(gecontroleerde gegevens)

in aantallen:

- Bezoekers
- Herkomst
- Functies
- Doel beursonderzoek

Aantallen en namen van exposanten

cq merken en diensten

3. De keuze gemaakt

Doelstelling nader omschrijven

Geïntegreerd beursplan opstellen

HET CONCEPT

- Aansluiten op bestaande thema's?
- Start nieuwe campagne / thema?
- Opvallen d.m.v. actie op of rond stand?
- Deelname / organisatie seminar?
- Hotels selecteren en reserveren

4. Eerste budgetbepaling

Huur m²

Keuze type stand (als er te kiezen is)

- Eilandstand
- Kopstand
- Hoekstand
- Tussenstand

Bepalen oppervlakte van de stand

- Hoe groot is het te verwachten bezoek?
- Welke actie willen we?
- Catering?
- Spreekruimten?
- Berging?
- Grootte standbemanning?
- Presentaties, animaties, entertainment?
- Give aways?

Toegankelijkheid voor invaliden!

5. Tweede budgetbepaling

- Vertaling doelstellingen en concept in driedimensionale vormgeving
- Kosten concept en ontwerp
- Kosten standbouw
- Bijkomende kosten (elektra, verzekeringen, transport, etc)
- Kosten inrichting
- Kosten acties op of rond de stand
- Kosten trainingen eigen en extern personeel
- Reis- en verblijfkosten / kledingkosten en verzorging
- Direct mail-acties?
- Pr-activiteiten
- Salespromotion
- Advertenties
- Ether reclame
- Buitenreclame
- Drukwerk
- Kosten follow up

6. Planning beurs in eigen organisatie

Aanwijzingen internet coördinator uitwerken intern tijds- en actieplan uitbesteden

- Standbouw (zo vroeg mogelijk)
- Acties
- Campagnes vooraf

Plannen beurstraining

(ook voor ingehuurd personeel)

- Inplannen opvang afwezigheid personeel door beursactiviteiten
- Uitnodigingenbeleid vaste relaties, prospects
- Pers en public relations
- Bijdrage beurscatalogus pers- en documentatie materiaal in meerdere talen (bij internationale beurs)
- Vroegtijdig organiseren snelle follow up

7. Opbouwperiode

Check invulling standbouw met concept

- Eventueel onderdelen van concept, standontwerp en/of items aanpassen aan eisen op de beursvloer

Afspraak oplevering

- Laatste check alles aanwezig
- Inbreng eigen materialen

8. Beursperiode

Briefing personeel eerste beursdag vóór opening bij wisselend personeel iedere beursdag

- Motiveren personeel
- Check stand iedere beursdag

9. Na de beurs

Follow up

- Verwerking gegevens database
- Bedankbrief bezoekers stand
- Nakomen toezeggingen
- Leveren bestelde producten
- Sturen documentatie
- Offertes

Evaluatie

- Resultaten beursdeelname
- Resultaten beursorganisatie

Geen medium zo direct als een beurs!

YES
EXPO-STYLING