

5 trin til en succesfuld messestand



Sådan tager du på messe uden at stresse

Vind kampen om opmærksomhed på din næste messe med en skræddersyet stand, der skaber engagement. Her får du vores opskrift på en proces uden uforudsete problemer.



1. Få styr på din målgruppe og mål for deltagelsen

Første skridt mod succes er at være skarp på, hvad du vil opnå.

Hvem vil du tale med, og skal det f.eks. foregå stående ved højbord eller siddende i loungestol?

Vælg det, der passer bedst til dig og dine kunder.

2. Skil dig ud med design, der fanger øjet på afstand

Messehallen er en kampplads, hvor de modigste vinder opmærksomheden.

Her er det vigtigt at prioritere synlighed fra afstand med et iøjnefaldende design.

Vi kalder det "Det fjerne træk".

3. Gør indtryk og aktivér sanser, når besøgende går forbi

Vil du trække folk ind, der passerer din stand, handler det om at skabe interesse i øjeblikket.

Det kan ske med sanseaktivering, strategisk brug af farver og planter, interaktivitet og muligheden for at prøve produkter.

Og ja, så betyder den rigtige kaffe (og duften) mere end man tror.

Vi kaldet det "Det nære træk".

4. Tag højde for produktion og montage i designprocessen

Når standen er designet, skal den også kunne realiseres.

Det kræver bl.a., at designet lever op til messens specifikationer og regler, som skal afklares hurtigst muligt, så der ikke opstår praktiske problemer.

Sørg for at udviklingen sker ud fra tekniske tegninger af hallen, så der tages hensyn til loftshøjder, kabelgrave, eksisterende rigs og søjler m.m.

Ændringer til designet i sidste øjeblik kan koste dyrt.

5. Husk at medregne udgifter til opsætning på messen

Udgift til wirer, kabelføring, ophængssystemer, lifte, spots m.m. på dit venue, skal altid medregnes i budgettet fra starten.

Denne post kommer bag på mange, da udgiften hertil ofte først kommer sent i processen, når designet er godkendt af arrangøren.

Indsaml digital leads med QR-koder

Med QR-koder kan dine besøgende scanne og udfylde en digital formular direkte fra deres smartphone.

Disse leads kan du følge op på efterfølgende med dine digitale kanaler.

"Effections specialister levede sig virkelig ind i vores sag, og de kom med mange gode forslag til det hele. Jeg har haft meget kontakt med dem i løbet af månederne op til, hvor de altid fandt nogle gode løsninger til vores behov."

Anders Wagner, Product Lead for FERMA, IF Forsikring

[Se casen her](#)