

Finden Sie Ihre Botschaft für Ihren Messeauftritt

Jeder Messeauftritt ist individuell, ebenso wie das Publikum, das Sie vor Ort antreffen werden. Ihre Botschaft sollte hierauf abgestimmt sein. Sie können weiterhin alle Informationsmaterialien und Ihren Unternehmenslogan nutzen, sollten jedoch auf die feinen Zwischentöne achten, die Ihnen ermöglichen, Ihre potenziellen Kunden für Ihr Anliegen zu öffnen.

Ein Beispiel: Stellen Sie sich vor, Sie führen eine Agentur zur Partnervermittlung. Richten Sie sich an Jugendliche, so wird Ihr Stand poppig aussehen und Sie werden Britney Spears als Hintergrundmusik wählen. Richten Sie sich an älteres Publikum, so werden Sie eher seriös und harmoniebetonter auftreten. Ihr Slogan „Bei uns finden Sie Ihr Glück“ bleibt derselbe.

Schauen wir uns am Beispiel des Liebesboten Amor an, wie er hier vorgegangen ist.

1. die Zielfestlegung

Zunächst geht es darum, das Ziel der Aktion festzulegen. Verfolgen Sie eher Absatzziele oder wollen Sie ein neues Produkt vorstellen? Ihre Messeziele basieren auf den langfristigen Unternehmenszielen, der Kultur und den Stärken Ihres Unternehmens. Amors Ziel war die Stiftung von Ehen mit dem langfristigen Ziel des „Unternehmens“, die Menschheit zu mehren. Bei der Arbeit selber sollte er im Hintergrund agieren und nicht in Erscheinung treten.

2. die Zielgruppen

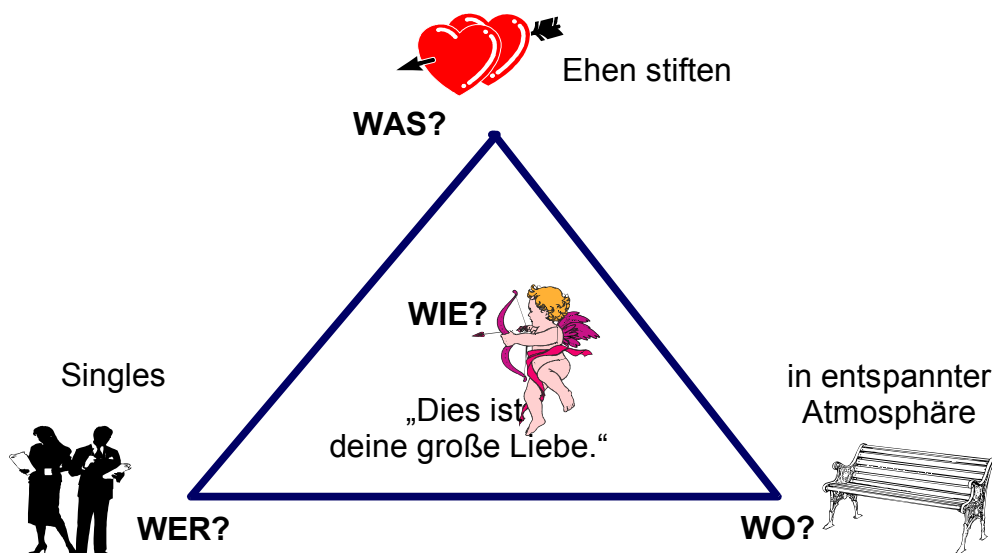
Im zweiten Schritt wird für jedes einzelne Ziel die Zielgruppe bestimmt. Bei Amor sind dies Singles zwischen 15 und 30 Jahren beider Geschlechter.

3. der Ort

Haben Sie nun Ihre Ziele und Zielgruppen festgelegt, so müssen Sie schauen, wo diese Zielgruppen sich aufhalten und wo Ihre Botschaft wahrgenommen werden kann. Amor entschied sich für die entspannte Atmosphäre auf Parkbänken und arbeitete von nahe gelegenen Bäumen aus, da er selber nicht in Erscheinung treten durfte.

4. Ihre Botschaft

Aus dem Spannungsverhältnis der Ziele, Zielgruppen und des Ortes ergibt sich Ihre Botschaft. Im Fall Amors: „Dies ist deine große Liebe“, mit der er das Unternehmensziel, kurzfristig Ehen zu stiften und langfristig die Menschheit zu mehren, verfolgte.



Haben Sie nun Ihre Botschaft gefunden, so müssen Sie noch eines bedenken:

5. Erwartungen Ihrer Zielgruppen

Betrachten Sie die Wirkung Ihrer Botschaft auf die Erwartungshaltung Ihrer Zielgruppe. Stellt sich in unserem Beispiel der Jüngling eine reich gedeckte Tafel vor, so träumt seine Auserwählte vielleicht bereits vom Mutterglück.

Aus diesem Spannungsverhältnis ergibt sich Ihre Botschaft für Ihre spezielle Messepräsenz. Leicht wird es Ihnen fallen, wenn Sie sich ganz auf Ihre Stärken konzentrieren und diese nach außen kommunizieren. Denn hierauf basiert Ihr Unternehmenserfolg und ihre Kunden werden genau das erwarten, was Sie ihnen bieten und stets zufrieden mit Ihnen sein.

Messepower - Bianca Wittler, www.messepower.de, 0231/950470-90