

„Erfolgreiche Messebeteiligung“

Die einzelnen Seminarthemen

1. Der Einstieg ins Thema
 - 1.1. „Nomenklatura“-Live Marketing Markt
 - 1.2. Messeplatz Schweiz
 - 1.3. Flächenkapazitäten national/ international
 - 1.4. Geschichtliche Entwicklung und Trends
 - 1.5. Messe und Ausstellungstypen

2. Die Messe, Königsdisziplin im Marketing oder „Marketing-live“
 - 2.1. Messe und Kommunikationspolitik
 - 2.2. Messe und Produkte- und Leistungs politik
 - 2.3. Messe und Preis und Konditionenpolitik
 - 2.4. Messe und Distributionspolitik

3. Regelkreis der Messeplanung „nach der Messe ist vor der Messe“
 - 3.1. Analysephase
 - 3.2. Konzeptionelle Phase
 - 3.3. Massnahmenplanung
 - 3.4. Realisierungsphase – Die Messe
 - 3.5. Messe-Nachbearbeitung

4. Sechs kritische Erfolgsfaktoren der Messebeteiligung
 - 4.1. Zielsetzung für die Messebeteiligung
 - 4.2. Einladungsmanagement und Besucherkommunikation
 - 4.3. Messestand und non-verbale Kommunikation
 - 4.4. Exponate... oder „reduce to the max“
 - 4.5. Messe-Crew, Garant für den Erfolg oder Grund des Flops?
 - 4.6. Messe-Nachbearbeitung, Ernte bzw. Erfolgssicherung

5. Von der Messbarkeit des Messeerfolgs
 - 5.1. Kosten der Messebeteiligung
 - 5.2. Methoden der Erfolgsmessung