

TIPPS FÜR DIE MESSE-PR TEIL 3: SOCIAL MEDIA STRATEGISCH NUTZEN



FRÜHZEITIG AUFMERKSAMKEIT AUFBAUEN

Starten Sie **mehrere Wochen vor der Messe** mit Ihrer Kommunikation.

Kündigen Sie Ihre **Teilnahme** an, erläutern Sie Ihre **Themen**, nennen Sie Ihre **Standnummer** und laden Sie Ihre **Zielgruppen** aktiv an Ihren Messestand ein.

P.S.: Taggen nicht vergessen!



KONTINUIERLICH SICHTBAR BLEIBEN



Ein einzelner Post reicht nicht.

Spielen Sie Ihre zuvor definierten Kernbotschaften **regelmäßig** aus und kündigen Sie neue **Produkte, Lösungen** und **Vorträge** an.

Machen Sie die Messebesucher **neugierig** und erläutern Sie, warum sich ein Besuch an Ihrem Messestand lohnt.



GESICHT ZEIGEN

Menschen folgen Menschen.

Nutzen Sie **persönliche Profile** Ihres Teams, um Ihre Messepräsenz und Ihre Themen sichtbar zu machen.

Zeigen Sie dabei Gesicht und bieten Sie **individuelle Gespräche** an.

ABWECHSLUNGSREICHER CONTENT



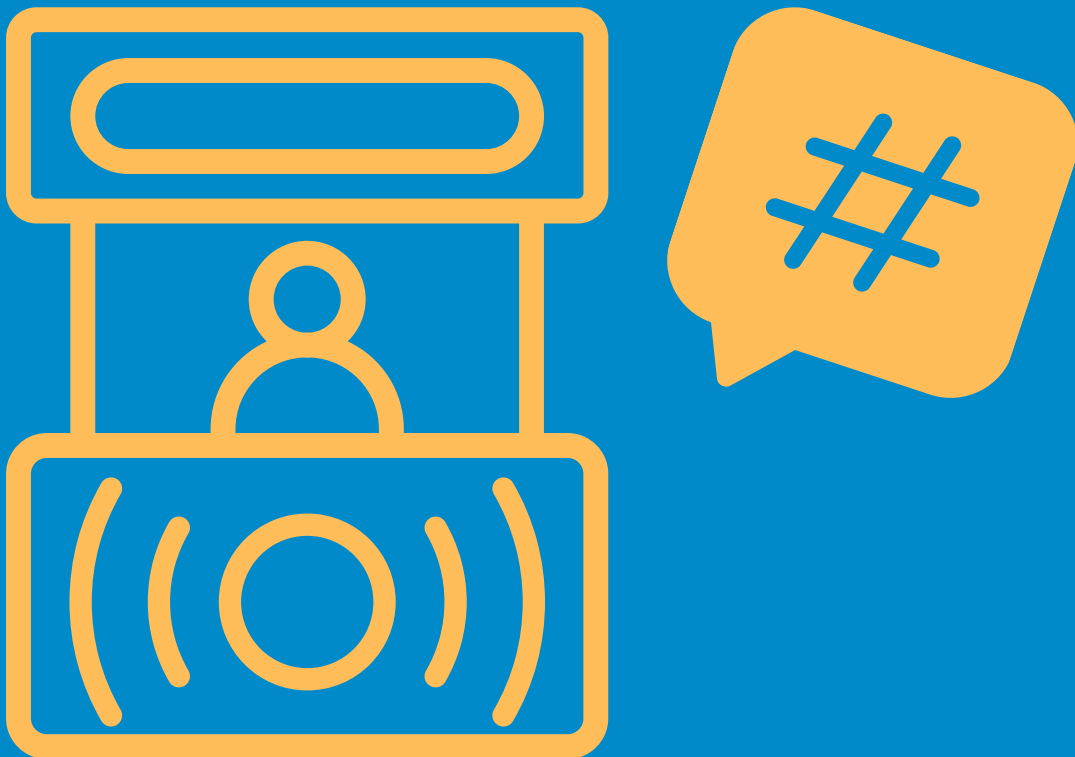
Setzen Sie auf unterschiedliche Formate, etwa **Videos, Einblicke** in Ihr Unternehmen und Ihre Produktion, **Kundenstimmen, Liveübertragungen** oder **Rückblicke** von vorherigen Messen.

Ein **abwechslungsreicher** Mix an Inhalten und Formaten zählt positiv auf die **Reichweite** ein.

WÄHREND DER MESSE PRÄSENT SEIN

Posten Sie **live vom Stand**:
Team, Eindrücke, Gespräche, Kurzinterviews.

Nutzen Sie **offizielle Hashtags** der Messe für mehr
Sichtbarkeit und mögliche Reposts.



SOCIAL MEDIA-NACHARBEIT

Hören Sie nicht nach dem letzten Messetag mit der Social Media-Arbeit zur Messe auf.

Bedanken Sie sich in Posts für Gespräche und teilen Sie Ihre **Eindrücke** und **Learnings**.

Vernetzen Sie sich mit Kontakten und setzen Sie Ihre **Follow-ups** digital fort.

