

TIPPS FÜR DIE MESSE-PR TEIL 1: WIE SIE EIN MESSEKONZEPT ERSTELLEN



DEFINIEREN SIE IHRE KOMMUNIKATIONSZIELE, ZIELGRUPPEN UND BOTSCHAFTEN.

Wen wollen Sie ansprechen, **was** wollen Sie mit Ihrem Messeauftritt erreichen und was sollen Ihre **Zielgruppen** über Sie erfahren?

Wie wollen Sie wahrgenommen werden?

Passen Ihre Messebotschaften zu Ihrer **Positionierung**?

Können Sie sich damit von Ihren **Wettbewerbern** abgrenzen?



**DEFINIEREN SIE, WAS SIE AUF DER
MESSE AUSSTELLEN WOLLEN UND
WELCHE PRODUKTE UND
DIENSTLEISTUNGEN IM
VORDERGRUND STEHEN SOLLEN.**



Was ist neu / besonders?

**Was ist für Ihre wichtigsten Zielgruppen
besonders interessant?**

**Wie können Sie Ihre Neuheiten
bestmöglich in Szene setzen?**

ÜBER WELCHE KANÄLE KÖNNEN SIE IHRE ZIELGRUPPEN AM BESTEN ERREICHEN?



Wie wollen Sie Ihre Zielgruppen über Ihren Messeauftritt und Ihre Neuheiten **informieren**, z.B. eigener Newsletter, Fachmedien, Anzeigen, Social Media?

Welche Medien sind für Ihre Zielgruppen besonders interessant? **Welche Journalisten** wollen Sie ansprechen (regional, national, international)?

Haben Sie bereits einen **E-Mailverteiler** für Ihre Zielgruppen und die **Pressevertreter** aufgebaut?

WELCHE PERSONELLEN RESSOURCEN STEHEN IHNEN FÜR DIE MESSE-PR ZUR VERFÜGUNG?

Wer soll für welche Aufgaben **zuständig** sein?

Brauchen Sie **externe Unterstützung** (PR-Agentur, Medienbeobachtungsdienst, Hostessen, Fotograf, etc.)?

Haben Sie ein **Budget** für sämtliche Maßnahmen (inkl. Reisekosten, Werbematerial, externe Dienstleister, Anzeigenschaltung, Catering, etc.) definiert?

