

Messeerfolgskontrolle

Eine Messeerfolgskontrolle durchzuführen, bedeutet, die Messerentabilität zu berechnen, Kontaktkosten zu erfassen und Messebeteiligungen des Unternehmens über die Jahre hinweg zu vergleichen. Diese Informationen sind wichtige Entscheidungskriterien für die Teilnahme an zukünftigen Messen.

Wenn Sie wissen möchten, wie erfolgreich Ihr Messeauftritt tatsächlich war, genügt es nicht, nur den Umsatz zugrunde zu legen. Statt dessen müssen Kennzahlen für die Messeerfolgskontrolle gebildet werden. In diesem Zusammenhang ist die Basis jeder Erfolgskontrolle die systematische Kontakterfassung mit Hilfe eines Messeberichtes auf einer Messe.

Das Formblatt stellen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Konkurrenzbeobachtung

Anlässlich der Messe/Ausstellung: _____

Name des Konkurrenzunternehmens: _____

Art des Standes, Größe und Nummer: _____

Bemerkungen zur Standgestaltung: _____

Ausgestellte Produkte und Dienstleistungen: _____

Gibt es neue Produkte? ja nein

Wenn ja, welche? _____

Standaktivitäten: ja nein

Wenn ja, bitte beschreiben Sie kurz diese
Standaktionen: _____

Promotionaktivitäten außerhalb des Standes ja nein

Wenn ja, bitte kurze Beschreibung: _____

Anzahl Personal auf dem Stand: _____

Stand war gut besucht: ja nein

Wenn ja, wieviele Besucher ca. _____

Prospekte/Informationensmaterial: ja nein

Wenn vorhanden, bitte mitnehmen! _____

Besondere Bemerkungen: _____

Strategische Relevanz für das eigene Unternehmen: _____

Name Mitarbeiter: _____

Datum und Uhrzeit: _____