

EXPOPLUS

beurschecklist

| Project (nummer): | | Klant: | | |
|--|---------|-----------------|---|----------|
| Startdatum: | | Contactpersoon: | | |
| Projectnaam: | | Functie: | | |
| Duur project van: t/m | | Tel. Nr: | | |
| Locatie: | | E-mail: | | |
| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
| Vorbereitung Beursdeelname | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bepaal of beursdeelname past binnen de marketingcommunicatiedoelstellingen <ul style="list-style-type: none"> ○ Zet eigenschappen van het medium beurzen af tegen wat u concreet wilt bereiken (introdunctie nieuw product, directe verkoop, bestendigen en uitbouwen relaties, imagoverbetering, merkbouwen, etc.) ○ Past hetgeen u wilt bereiken, alsmede uw aanbod bij het thema van de beurs ○ Nemen uw (belangrijkste) concurrenten deel ○ Is de concurrentie in uw branche toegenomen ○ Past de termijn van de beurs in uw productieplanning ○ Kunt u eventueel nieuwe buitenlandse agenten, vertegenwoordigers of importeurs aanstellen ○ Biedt uw marketingcommunicatiebudget voldoende ruimte om aan de beurs deel te nemen ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bepalen doelgroepen <ul style="list-style-type: none"> ○ Aanleggen correcte database (potentiële) relaties met onderscheid tussen de verschillende doelgroepen (klanten, potentiële klanten, toeleveranciers, pers, etc.) ○ Lijst met genodigden per doelgroep samenstellen ○ Lijst met genodigden laten goedkeuren door directie ○ Eventueel correcties aanbrengen ○ Samenstellen definitieve lijst genodigden ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Vaststellen juiste beurs Informatie inwinnen bij: <ul style="list-style-type: none"> ○ Vakorganisaties, brancheverenigingen, KvK, etc. ○ Vakbladen ○ Beursorganisatoren ○ Eigen relaties en toeleveranciers ○ Eigen evaluatie van vorige beursdeelname(n) ○ ... | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|--|---------|---------------|---|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Beurs <ul style="list-style-type: none"> ○ Naam / titel ○ Thema ○ Thema bijkomende evenementen als congressen en seminars ○ Type (consumentenbeurs, vakbeurs (b-t-b), congres etc.) ○ Datum (check overlap met andere beurzen) ○ Omvang en geografisch bereik (internationaal, nationaal, regionaal) ○ Impact en imago binnen de branche (representatief, accommodatie, niveau bezoekpromotie) ○ Trendmatig verloop deelnemers- en bezoekersaantallen ○ Bezoekersprofiel ○ Percentage van bezoekers dat in eigen doelgroep valt ○ Inschatting aantal bezoekers (en leads) aan eigen stand ○ Opbouw- en demontagetijden ○ Restricties ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Beurslocatie <ul style="list-style-type: none"> ○ Locatie (land, provincie, regio, stad, stadsdeel) ○ Welke tentoonstellingshallen op de beurslocatie worden gebruikt (infrastructuur beurscomplex) ○ Speciale constructies (pilaren, trappen, balkons etc.) ○ Verblijfsaccommodaties in de nabijheid van de beurslocatie (hotels, pensions etc.) ○ Uitgaansgelegenheden in de nabijheid van de beurslocatie (voor avondprogramma bijv. bioscoop, theater e.d.) ○ Infrastructuur rondom beurslocatie (bereikbaarheid auto, vliegtuig, trein, metro, bus e.d.) ○ Beschikbare informatietechnologieën op de beurslocatie ○ Restricties ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Stel een projectteam samen <ul style="list-style-type: none"> ○ Projectleider/standmanager ○ Directeur ○ Marketingcommunicatiemanager ○ Salesmanager ○ Marketingcommunicatieadviseur ○ Pr-medewerker ○ Standontwerper ○ Standbouwer ○ Financieel deskundige (voor budgetbewaking) ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Concretiseer in samenspraak met het projectteam uw beursdoelstellingen <ul style="list-style-type: none"> ○ Orders en leads noteren ○ Ondersteunen van lopende verkoopactiviteiten ○ Versterking van naambekendheid en/of imago ○ Marktonderzoek/opiniepeiling ○ Presentatie nieuwe producten/diensten ○ Beoordelen eigen concurrentiepositie ○ Markt informeren over nieuwe ontwikkelingen ○ Contacten leggen met potentiële klanten (binnen- en buitenland) ○ Onderhouden/bevestigen relatie met bestaande klanten (relatiebeheer) ○ Pr-redenen ○ Contacten leggen met handelspartners ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bepaal met welke dienstverlener(s) u in zee gaat <ul style="list-style-type: none"> ○ Expoplus ○ Concept/ontwerpbureau ○ Projectmanagement ○ Facilitair bedrijf (meubilair, catering, fotografie, etc.) ○ ... | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|-----------|---------|---------------|---|----------|
|-----------|---------|---------------|---|----------|

| Offerte en ontwerp | | | | |
|--|--|--|--|--|
| • Ontwerpen en tussentijdse afstemming | | | | |
| • Presentatie van het ontwerp | | | | |
| • Presentatie van de offerte | | | | |
| • Aanpassingen in ontwerp en/of offerte | | | | |
| • ... | | | | |
| Vorbereiding project - beursdeelname | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Reserveer standruimte Lees vooraf goed het exposantenhandboek en het inschrijfformulier door. De regels variëren per beursorganisatie, beurs en land. Let vooral op de uiterste datum van inschrijving. Neem in ieder geval contact op met de organisatie als u niet vóór die tijd kunt beslissen, of als u speciale wensen heeft. Daarbij kan gedacht worden aan: <ul style="list-style-type: none"> ○ Voorkeurslocatie (hal) op de beurslocatie (binnen, buiten, bepaalde looppaden) ○ Obstakels in of in de directe omgeving van de stand ○ Maximale hoogte standbouw ○ Fundering vloer (maximale belasting) ○ Elektra ○ Beschikbare en benodigde hoeveelheid spanning ○ Voedingen (dagstroom, nachtstroom, continuïstroom) ○ Nutsvoorzieningen (telefoonaansluiting, faxaansluiting, ISDN2 lijn, gesprekskosten, contactdozen) ○ Perslucht ○ Druk, diameter leidingen, aan/afvoer, kosten) | | | | |
| Vorbereiding project - beurspresentatie | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Opstart (briefing)gesprek met dienstverlener(s) | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bepalen doelstellingen <ul style="list-style-type: none"> ○ Briefing vanuit de marketingdoelstelling (wat wil de exposant concreet bereiken; introductie nieuw product, directe verkoop, bestendigen en uitbouwen relaties, imagoverbetering, merkbouwen, etc.) ○ Briefing vanuit de marketingcommunicatie (wat wil de exposant overbrengen/uitstralen) ○ Basisvoorwaarden uitstraling (logo, huisstijl, corporate identity) ○ Lopende thema campagnes en andere marketingcommunicatie activiteiten ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Verwachte bezoekersdoelgroepen | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Producten, diensten, assortimenten of andere boodschappen die in de stand over het voetlicht gebracht moeten worden | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Standplanning <ul style="list-style-type: none"> ○ Systeembouw, houtbouw, decorbouw, etagebouw of een combinatie daarvan ○ Koop of huur van de stand ○ Vorm van de stand <ul style="list-style-type: none"> - Wandstand - Hoekstand - Kopstand - Eilandstand ○ Plaats stand t.o.v. de concurrentie, wat betreft plaats, oppervlak, type stand, doelstellingen, etc. ○ Plaats stand t.o.v. de looprichting van de bezoekers ○ Toegankelijkheid stand voor minder validen ○ ... | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|--|---------|---------------|---|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Benodigde ruimte (m2) <ul style="list-style-type: none"> ○ Informatie / receptieruimte ○ Vrije ruimte voor ontvangst bezoekers / VIP-ruimte ○ Loopruimte (ca. 40%) ○ Expositieruimte (evt. ruimte voor speciale displays) ○ Ruimte voor demonstraties, manifestaties en/of persconferenties ○ Zit- / gespreksruimte ○ Kantoorruimte ○ Keuken / bar ○ Garderobe / bergruimte ○ ... | | | | |
| Opdrachtverstrekking dienstverlener(s) | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bevestiging opdracht • Aanwijzen verantwoordelijke(n) / opstellen call sheet | | | | |
| Productie | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Productievoorbereiding • Productie • Aanleveren grafische informatie • Grafische werkvoorbereiding • Grafische productie • Laden en transport • ... | | | | |
| Opbouw en oplevering | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lossen op locatie • Aanbrengen technische basisvoorzieningen t.b.v. producten klant <ul style="list-style-type: none"> ○ Elektra ○ Water ○ Telecommunicatie • Opbouw • Inrichting (incl. etaleren en decoreren) • Aanleveren producten klant (apparaten, give aways, drukwerk etc.) • Installatie en testen AV- en andere apparatuur <ul style="list-style-type: none"> ○ Telecommunicatie-apparatuur (kabel, telefoon, fax) ○ Kopieerapparaat ○ Computers, randapparatuur en internetfaciliteiten ○ Monitoren en projectors ○ Videosystemen en accessoires ○ Audio sets ○ Video wall ○ Projectie wall ○ (Digitale) Camera ○ ... • Installatie en testen keukenapparatuur <ul style="list-style-type: none"> ○ Koel/vrieskast ○ Afwasmachine ○ Koffiezetapparaat ○ (Bier)Tapinstallatie ○ Waterkoker ○ Kookplaatje ○ ... • Installatie bewegwijzering | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|---|---------|---------------|---|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Standinventaris <ul style="list-style-type: none"> ○ Keukenartikelen: Glaswerk, koffiekopjes, lepeltjes, plastic bekertjes, thermoskannen, kurkentrekker, flessenopener, aansteker, lucifers, mes, schaar, dienbladen, koffie- en theepot, handdoeken, schoonmaakmiddelen, afwasborstel, theedoeken, servetten, asbakken, vuilnisbak, vuilniszakken, bezem, kruimeldief, spons, keukendoekjes, dweil, glassex, hoofdpijntabletten, EHBO-trommel ○ Kluisjes (voor opbergen waardevolle zaken) ○ Standattributen: Reservelampen, eenvoudig gereedschap, viltstiften, platband, tape, balpennen, nietmachine, plakband, briefpapier, enveloppen, punaises, grote en kleine notitiebloks etc. ○ Stand-stationery: Beurscatalogus, bezoekersregistratieformulieren, orderboeken, notitievellen, gespreksmemo's, badges standbemanning, bezoekschema belangrijke relaties, relatiegeschenken, visitekaartjes ○ ... | | | | |
| • Standschoonmaak | | | | |
| • Oplevering | | | | |
| • ... | | | | |
| Standpersoneel | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • De keuze van en voor standpersoneel Deze kan bepaald worden op grond van: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kennis van de markt ○ Kennis van product/dienst ○ Kennis van bedrijf ○ Kennis van klantenkring ○ Talenkennis ○ Commerciële overtuigingskracht ○ Contactuele eigenschappen ○ Niveau (verschijning/optreden) ○ Demonstratievaardigheden: <ul style="list-style-type: none"> - Technisch - Presentatieniveau ○ Technisch (onderhouds- en reparatieklussen) ○ ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Kick off meeting standbezetting Het is zinvol om ongeveer 2 weken vóór de beurs het voltallige standpersoneel bij elkaar te halen en de doelstellingen, thema en strategie goed door te spreken. O.a. komen aan de orde: <ul style="list-style-type: none"> ○ Doelstelling(en) van deelname aan de beurs ○ Stand lay-out ○ Taakverdeling ○ Wijze aanspreken/benaderen bezoekers ○ Commerciële en technische argumenten ○ Roulatieschema standbemanning ○ Kledingafspraken ○ Gebruik naamkaartjes/badges ○ Doornemen bezoekers-registratieformulier (computersysteem) ○ Lunches, diners, logiesfaciliteiten ○ Toegangs- en parkeerkaarten uitdelen ○ EHBO-voorziening, veiligheidsvoorschriften, werk- en rusttijden, standregels ○ ... | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|-----------|---------|---------------|---|----------|
|-----------|---------|---------------|---|----------|

| Beursperiode | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Communicatie 1. Communicatie met de doelgroepen | | | | |
| <p>Door de <i>beursorganisatie</i> gehanteerde instrumenten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Advertenties (radio, tv, vak- en publicatiebladen) ○ Persbijeenkomsten ○ Congressen en seminars ○ Demonstraties ○ ... | | | | |
| <p>Door de <i>exposant</i> gehanteerde instrumenten: Omdat de organisatie zorgt voor de promotie rond de beurs kan de exposant kan zich dus beperken tot het werven van bezoekers voor zijn stand. Afhankelijk van het stand-concept kan gekozen worden uit de volgende instrumenten/media</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Uitnodiging voor relaties (evt. met gratis toegangkaart) ○ Uitnodiging voor leveranciers (evt. met gratis toegangkaart) ○ Mailing gericht op prospects (evt. adressenbestand aankopen) ○ Advertenties in: <ul style="list-style-type: none"> - Vakbladen - Dag/week/huis-aan-huisbladen - Beurscatalogus - Andere printmedia ○ Radioreclame (regionaal, nationaal) ○ TV-reclame (regionaal, nationaal) ○ Intern informatie systeem beurslocatie ○ Luchtreclame boven beurslocatie ○ Buitenreclame rond beurslocatie ○ Stickers met beurslogo's (veelal via beursorganisator) ○ Persoonlijke uitnodigingen (buitendienst)medewerkers ○ ... | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|--|---------|---------------|---|----------|
| <p>2. Persvoorlichting</p> <p>Veelal biedt de beursorganisatie exposanten de gelegenheid om deel te nemen aan een gezamenlijke persconferentie. Soms is hier ook een noviteitenshow aan verbonden. Hoe groter de nieuwsaarde van het aanbod of standthema van de exposant, hoe meer kans op publiciteit. Het verdient dan ook aanbeveling om aandacht te besteden aan persvoorlichting.</p> <ul style="list-style-type: none"> o Vaste perswoordvoerder benoemen o Check of perskamer aanwezig is en wie de contactpersoon is o Check of er een officiële opening, gevolgd door een rondgang plaatsvindt o Check of en hoeveel eigen persdocumentatie kan worden gedeponereerd o Check welke journalisten worden verwacht (wanneer en hoe laat) o Bepaal of er een (gezamenlijke) persconferentie wordt gegeven o Bepaal of evt. wordt deelgenomen aan een noviteitenshow o Stel persdocumentatie samen (o.a. overzicht bedrijfs- en productgegevens, informatie over beursdeelname, etc). Bij voorkeur met fotomateriaal o Verzendlijst opstellen (vakbladen, dagbladen, gericht mailen aan redacties van bepaalde radio- en TV-programma's) o Persmappen/persberichten versturen: o Circa 6 weken voor aanvang van de beurs bij vakgerichte media o Circa 2 weken bij dagbladen o <i>Nb: 'beladen' nieuws kunt u onder embargo aan de pers doorgeven. Plaatsing vindt dan pas plaats na een door de exposant vooraf opgegeven datum.</i> o Monsters o Wel/geen knipseldienst inschakelen o ... | | | | |
| <p>3. Informatiemateriaal in de stand</p> <p>Communicatiemiddelen, zoals catalogi, brochures, flyers, etc. zijn vaak kostbaar. Het is dan ook verstandig om van te voren te beslissen welk materiaal aan wie (en wanneer) zal worden verstrekt. Daarbij kunt u onderscheid maken naar categorie bezoekers en het soort informatie. Deze zijn globaal onder te verdelen in:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Flyers o Brochures o Documentatiemateriaal o Catalogi o Prijslijsten o Stickers, speldjes, etc. o Monsters o Bezoekersattentie o ... | | | | |
| <p>4. Communicatie met het 'thuisfront'</p> <ul style="list-style-type: none"> o Telefoniste/receptioniste/secretarissen/binnendienst op de hoogte brengen van: <ul style="list-style-type: none"> - Standnummer en -locatie - Telefoon-, faxnummers, e-mailadressen op de stand - Roulatieschema standbemanning - Openings- en sluitingstijden beurs - Hoteladressen o Technische dienst stand-by (voor reparaties, vervanging onderdelen) o Verkoop binnendienst stand-by o Secretariaat informeren over toe te zenden documentatiemateriaal n.a.v. verzoeken bezoekers (dagelijks) o Beheer back-up materiaal en gereed deze te verzenden indien noodzakelijk o ... | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|--|---------|---------------|---|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Beursmanagement (on-site) <ul style="list-style-type: none"> ○ Dagelijks -aan het begin van elke beursdag nieuwe collega's voorstellen, belangrijke bezoekers aankondigen en het werk- en rustschema met de standbezetting doornemen ○ Aan het einde van de dag gezamenlijk evalueren wat goed ging en wat beter kan/moet ○ Verzamelen van registratieformulieren en gespreksnotities ○ ... | | | | |
| • Opstart service | | | | |
| • Service adressen en telefoonnummers | | | | |
| • Fotografie | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Catering <ul style="list-style-type: none"> ○ Crew ○ Koffie/thee/frisdrank/gebak ○ Lunch ○ Borrel/snacks ○ Diner ○ Rookwaren ○ Suiker, koffiemelk, zoetjes ○ Chocola, zoutjes ○ ... | | | | |
| • Hostess service | | | | |
| • Kleding medewerkers | | | | |
| • Instructie medewerkers en hostesses | | | | |
| • Schoonmaak | | | | |
| • Vervoer medewerkers van hotel naar beurslocatie vv | | | | |
| • Vervoer gasten van hotel naar beurslocatie vv | | | | |
| • Registratie en opvolging bezoekers | | | | |
| • Aanvullen producten / standinventaris | | | | |
| • ... | | | | |
| Demontage | | | | |
| • Overdracht database beurspresentatie | | | | |
| • Afscheid standpersoneel | | | | |
| • Stand overdracht | | | | |
| • Afvoeren producten van de klant | | | | |
| • Demontage | | | | |
| • Retour standmaterialen | | | | |
| • Schadeafhandeling | | | | |
| • Vernietigen en/of opslaan | | | | |
| • ... | | | | |
| Evaluatie en follow up | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Evaluatie presentatie <ul style="list-style-type: none"> ○ Algemene evaluatie ○ Evaluatie van de beurscontacten (leads) ○ Evaluatie functioneren standpersoneel ○ Evaluatie functioneren standbouwer/ontwerper ○ ... | | | | |
| • Meer/minderwerk afrekening | | | | |
| • Evaluatie kosten / nacalculatie | | | | |

| Onderdeel | Periode | Ver- antw. | ✓ | Deadline |
|-----------|---------|---------------|---|----------|
|-----------|---------|---------------|---|----------|

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Follow up <ul style="list-style-type: none"> o Telefonische en/of schriftelijke opvolging van documentatietoezendingen o Bezoekplan buitendienst en actieplan per prospect o Direct mail actie o Advertentiecampagne o Pr campagne o ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Verspreiden interne slotbrief, met daarin evaluatie van de resultaten en andere bevindingen | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bedankbriefje naar interne en externe medewerkers | | | | |
| Aanvullend | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ... | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ... | | | | |