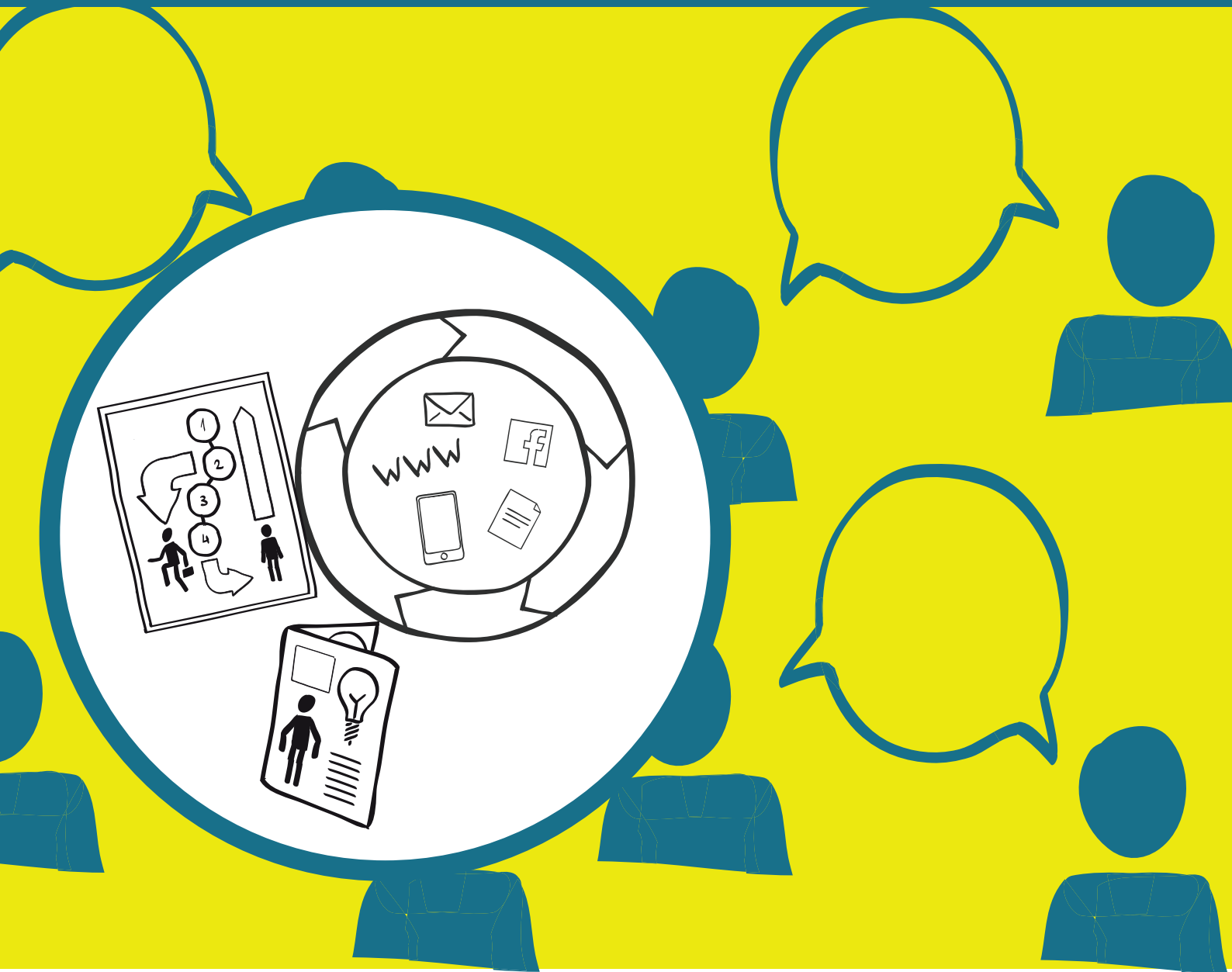


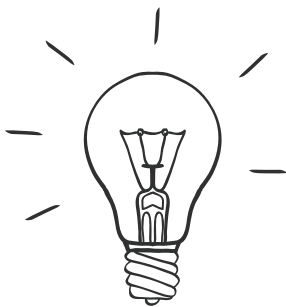
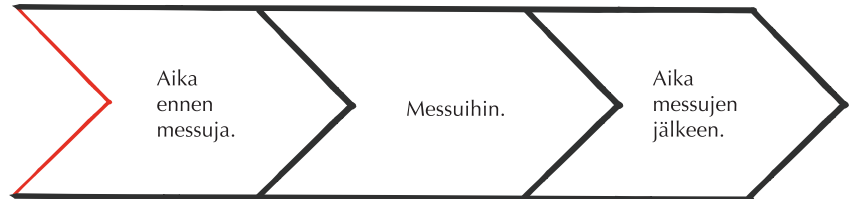
MITEN HYÖDYT

messutapahtumasta?





Messutoiminta voidaan jakaa kolmeen osaan:



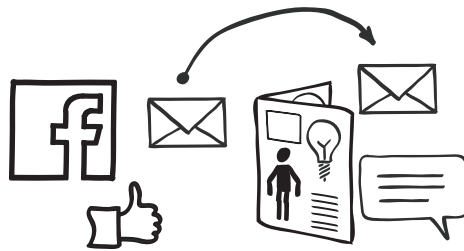
Ennen
messuja

Määrittele täsmällinen tavoite

- Uusien asiakkaiden kontaktointi (kuinka monta asiakasta?)
- Vanhojen asiakkaiden kontaktointi (kuinka monta asiakasta?)
- Tietoisuuden lisääminen

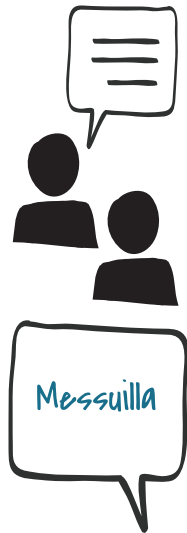
Aloita tavoitteiden toteuttaminen

- Sovi messuille tapaamisia sinulle olennaisten kontaktien kanssa



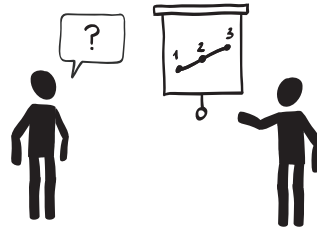
Messuosaston suunnittelu

- Konkreettisuus, houkuttelevuus ja tema osastolle messuyleisö huomioiden
- Tilankäyttö henkilömäärä huomioiden
- Kokonaisuuden eläväisyys ja liike, tekeminen ja toiminta (esimerkiksi maatalousmessuilla toimiva klappikone kerää ihmiset)
- Ilme ja sen kohentaminen (paikan päällä tehtävät korjaavat toimenpiteet)



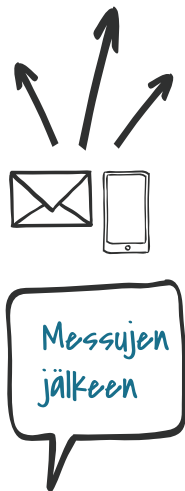
Toiminta messuosastolla

- Aktivoi omia henkilöitä aktivoimaan asiakkaita
- Kirjaa ylös kontaktit
- Sisäänheitto (kiinnostaako asiakasta enemmän flipperi vai tietoisuus?)
- Suunnittele ajankäyttö asiakasta kohden
- Aamupalaveri, edellisestä päivästä oppiminen



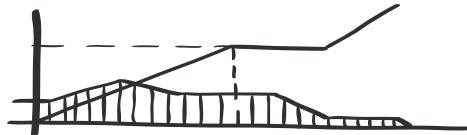
Ohjeita messukäyttäytymiseen

- Oman väen keskinen rupattelu on tehtävä huomaamattomasti
- Rintamasuunta asiakkaisiin päin
- Katsekontaktin haku
- Helppo lähestyttävyyys, asenne
- Yhtenäinen vaatetus



Jälkitoiminta

- Messukontaktien jaoittelu: kiireelliset, toimenpiteitä vaativat, mapitettavat
- Messujen purkupäivät: tarvittavat kontaktit, sovitut asiat
- Kaikki keskeinen asiakashallinnan työkaluun muistiin



Messujen jälkipuinti

- Tavoitteiden toteutuminen
- Plussat ja miinukset
- Kuva messuosastolta
- Avoin keskustelu
- Kehittämisaatuksia seuraaviin messuihin