

Sjekkliste for *boligmesser*

Steg I:

planlegging

- ☐ Opprett prosjektgruppe og utnevnt en prosjektansvarlig
- ☐ Avklar hva dere ønsker å oppnå med messedeltakelsen. Typiske mål kan være innsamling av leads, booking av møter, antall kataloger delt ut, antall interesseskjema fylt inn
- ☐ Lag realistiske mål på antall innhentede leads, møtebookinger etc
- ☐ Lag budsjett for messedeltagelsen inkludert standleie, personell, evt hotell, reise, servering o.l
- ☐ Avklar produkter, tjenester og priser som skal profileres på messen
- ☐ Planlegg aktiviteter som passer med budskapet – publikum liker å prøve nye ting
- ☐ Lag en plan for hvordan dere skal samle inn leads og notere navn på interessenter
- ☐ Avklar hvem som skal jobbe med leads etter messen, og hvordan dette skal foregå
- ☐ Avklar hvem som skal betjene standen, hva de skal kunne og hvordan de skal fremstå
- ☐ Lag en detaljert messekjøreplan med frister og ansvarlig person, fra opprigg til nedrigg
- ☐ Del ut invitasjoner til alle kontaktene dine, på sosiale medier, på nett og i fysiske lokaler, samt i lokalsamfunnet
- ☐ Fortell at du deltar med annonser i messeavis, lokalavis, sosiale nettsider, egne nettsider, mailsignatur osv

Steg 2:

gjennomføring

- ☐ Følg kjøreplanen under opprigg, messedager, og nedrigg
- ☐ Hold standen ryddig underveis
- ☐ Hold lagånd og motivasjon oppe hos standbetjening, start gjerne dagen med motiverende morgenmøter
- ☐ Vær engasjert i publikum! Still spørsmål, få kundene til å fortelle
- ☐ Stå (sitt minst mulig), vær klar og tilgjengelig og snakk med alle andre enn dine kollegaer
- ☐ Still åpne spørsmål, lytt, og avklar kundenes behov – vær rådgiver basert på hva kunden trenger
- ☐ Samle inn leads og interessenter på avtalt vis
- ☐ Sjekk dagens resultater mot målene hver kveld, husk å feire når dere har gjort det bra!

Steg 3:

oppfølging

- ☐ Følg opp alle kunder og leads i prioritert rekkefølge
- ☐ Ikke la det gå for lang tid før første kontakt – kontakt alle interessenter helst innen en uke
- ☐ Lag en langsiktig plan for videre oppfølging f.eks 3 – 6 – 9 mnd fremover i tid.
- ☐ Målresultater og evaluer messedeltagelsen – hva var bra, mindre bra, neste steg?
- ☐ Dokumenter alle funn i en messerapport slik at dere kan se tilbake på det til neste messe.
- ☐ Del gjerne deres opplevelse med kjedekontoret