

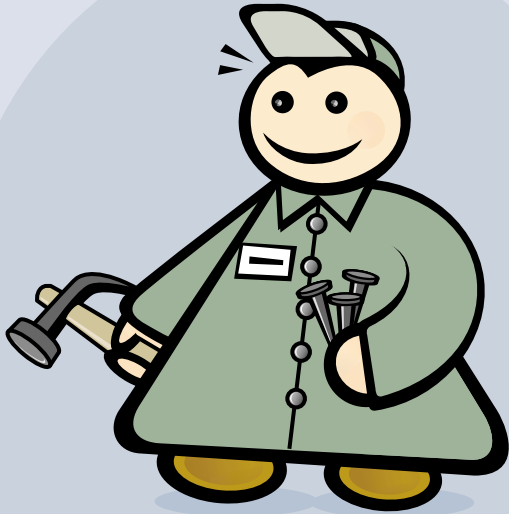


MÄSS

NÄSTAN ALLT DU BEHÖVER VETA OM DIN

MONTER

- EN LITEN HANDBOK FRÅN FAIRLINK.SE -



Montern är det centrala navet under mässan. Därför är det viktigt att den är utformad så att den ger rätt hjälp för att uppfylla de uppsatta målen. Rätt storlek, så att personal och kunder får plats, och rätt utformning så att den sänder ut de signaler ni vill. Tänk även igenom hur montern ska transporteras till och från mässan eller om du ska anlita mässarrangörernas egen monterservice. Och vilka försäkringar behövs?



#1 MONTERSTORLEK

När ni väl valt vilken mässan ni ska ställa ut på måste ni bestämma er för hur många kvadratmeter ni ska hyra. Utgå från de mål som ni satt upp för mässhdeltagandet. Hur många besökare vill ni ha i monter? Vilka produkter ska visas? Hur vill ni att företaget ska uppfattas?

För att räkna ut hur stor monter ni behöver kan ni använda er av följande metod:

1. Hur många besökare har mässan totalt?

Ex. 2 000 personer.

2. Hur många personer har ni som mål att ni få till er monter?

Ex. 1 000 personer.

3. Hur många besöka hinner en monterpersonal ta hand om under en timme? *Ex. 5 besökare.*

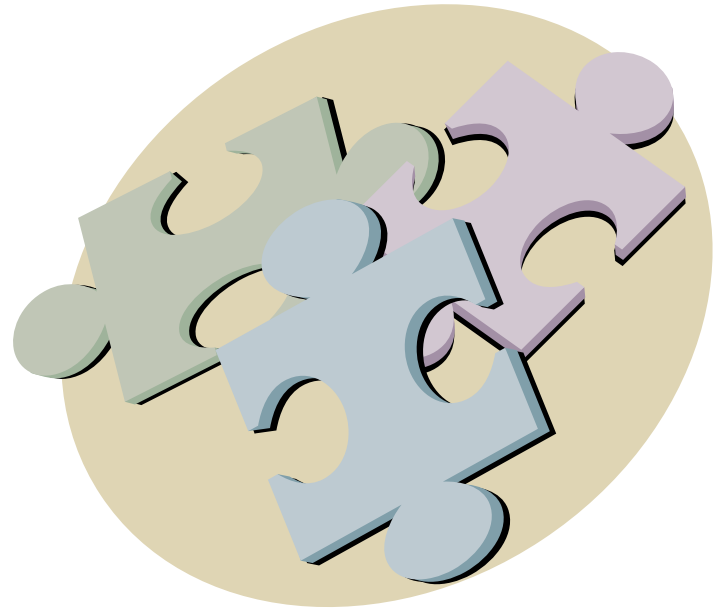
4. Hur många timmar är mässan öppen totalt?

Ex. 40 timmar.

Slutsats 1: Ni måste ha minst 5 personer som arbetar i monter.

5. Hur mycket yta måste varje monterpersonal med besökare disponera över? *Ex. 5 kvm per person.*
 6. Om ni ska visa upp produkter i monter, ungefär hur stort utrymme tar det? *Ex. 5 kvm.*
 7. Hur stor garderob och hur mycket lagerutrymme behöver ni?
Ex. 5 kvm.
- Slutsats 2: Ni måste ha en monter på minst 35 kvm för att uppnå era mål.

Förutom den ovanstående "nödvändiga" monterytan, bör ni ställa er frågan: Hur ska vår monter uppfattas på mässan? I vissa fall kan storleken på montererna vara av betydelse, t ex vid en ompositionering då ni vill vara extra tydliga med att ert företag är lika stort som era konkurrenter. Men man kan ju också kompensera storleken med att ha den mest ovanliga montererna eller den mest attraktiva montererna. Mer om det i kommande kapitel.



#2 BUDSKAP OCH AKTIVITETER I MONTERN



Även budskapen och aktiviteterna i montern ska styras av era mål för mässdeltagandet. Vilken målgrupp vill ni nå? Vad vill ni att monterbesökarna ska göra och tycka?

Försök att hålla er till ett budskap i montern. Ni har kort tid på er att visa upp ert företag och ju fler budskap ni signalerar, desto mer förvirrande blir intrycket av företaget. Våga säga en sak i taget och fokusera på det. Det är också en fördel om det budskap ni väljer även återkommer i företagets övriga kommunikation, t ex i annonser, trycksaker, andra mässdeltaganden etc.

Om ni anordnar aktiviteter inne i montern, t ex en trollkonstnär eller golfputtning, tänk på att de också bör harmoniera med monterdesignen och kopplas till det budskap ni vill föra fram. En aktivitet är inte lyckad bara för att man lyckas samla människor i montern, det viktiga är att den lockar rätt personer till er monter och hjälper er att inleda ett samtal. En genomtänkt aktivitet underlättar för att nå målsättningarna.

#3 MONTERDESIGN



Utformningen av mässmontern bör höra ihop med företagets övriga grafiska profil samt hjälpa er att nå de mål som ni ställt för mässdeltagandet.

Möjligheterna att utforma montern är oändliga. Det finns ingenting som säger att en monter måste bestå av tre väggar. Hur montern utformas beror på era mål och naturligtvis vilka resurser ni har. Tänk igenom om ni vill nå en liten grupp eller en stor. Är ditt huvudsakliga mål att öka kunskapen om era varumärken hos samtliga besökare eller vill ni ha långtgående affärssamtal med en liten grupp av besökare? I det ena fallet bör ni välja en öppen monter med många fria ytor och någon publikfångare. I det andra fallet en mera "sluten" monter med avskilda sittplatser för säljsamtal och offertdiskussioner.

Rent prismässigt kan man skilja på färdigmonter och skräddarsydd monter. Färdigmonterns stora fördelar är att den är billig och enkel att ta fram. Det går att göra mycket med de

#4 TRANSPORT, FÖRSÄKRINGAR OCH ANDRA REGLER

monterssystem som finns utan att det ger ett tråkigt och standardiserat intryck. De skräddarsydda montrarna utgår helt och hållet från era behov och ger möjlighet att synas betydligt bättre i en tät mässmiljö. Man kan också ta fram egna monterssystem som bygger på specialdesignade enheter som lätt kan transporteras, packas ihop och sättas samman.

Var kreativ i planeringen av monterutformningen. Alla sinnen kan användas: ljus, ljud, smak, dofter etc.

Montern bör höra ihop med företagets övriga grafiska profil och ska tydligt signalera vilket företag det rör sig om. Personer som redan varit i kontakt med er bör känna igen er monter på långt håll. Kom också ihåg att monterpersonalens klädsel är en del av helhetsintrycket.

Att ta fram en monter som fungerar och väcker er målgrupps uppmärksamhet är ett arbete som kräver känsla vad gäller både design och byggnation. Därför kan det löna sig att anlita en specialist som sköter vissa delar. Exempel på företag som arbetar med monterutformning och monterproduktion finner ni i branschregistret på www.fairlink.se.

Om ni anlitar monterbyggare är det viktigt att ni vidarebefordrar all information från mässarrangörerna till dem. Det kan gälla teknik- och brandföreskrifter, in- och utflyttningstider, deadlines på beställningar eller restriktioner avseende byggnation. Många sena beställningar samt problem på plats kan lätt förebyggas med rätt information från början.

Planera i god tid för transporterna av de produkter ni ska visa i montern. Tänk också på att planera för lyft, containers, truckar etc på mässområdet. Glöm inte heller att beställa den extrautrustning som krävs för maskinerna som ska visas, t.ex. tryckluft, el eller internetanslutning.

För mässor utomlands finns det många gånger viktiga tullbestämmelser att sätta sig in i. Kontrollera med er speditör. Se till att försäkringen gäller era produkter både vid transporterna till och från, och under mässdagarna. Hos många arrangörer

kan ni teckna specialförsäkringar. När det gäller utlandsprojekt finns det även många gånger lokala regler och bestämmelser både för byggen och transporter som kan vara svåra att överblicka för en ovan utställare. Då är det extra bra med stöd från en erfaren mässkonsult eller monterproducent med internationell erfarenhet.



#5 CHECKLISTA

- » Låt målen styra monterutformningen.
- » Tänk på att alla sinnen kan användas i montern: ljud, ljus, smak, dofter...
- » Montern bör stämma överens med företagets grafiska profil.
- » Koncentrera er på ett budskap i montern.
- » Montern ska även fungera som en praktisk arbetsplats.
- » Stäm av med mässarrangörer vilka regler som gäller för in- och utflyttning m m.

MER OM MÄSSOR PÅ FAIRLINK.SE

På www.fairlink.se finns fler tips för ditt mässhedeltagande. Ni hittar dessutom mässhnheter, branschregister och mässhlistor. Bakom intresseorganisationen Fairlink står Nordens ledande mässharrangörer.

Denna skrift producerades av Fairlink i samarbete med monter-service-funktionerna hos de ledande mässharrangörerna i Sverige samt med medlemmar i Sveriges Reklamateljéers Förbund (SRF).

Tidigare skrifter i Fairlinks lilla skriftserie: Mässhedeltagande (2000), Järnkoll – om Scandinavian Fair Control (2000), Monteragerande (2000), Mässhutvärdering (2000), Att ställa ut utomlands (2001).



Fairlink, Science Park, Gjúterigatan 9, 553 18 JÖNKÖPING.

Tel 036-71 53 56. Fax 036-71 27 26. www.fairlink.se info@fairlink.se

© Fairlink, 2001