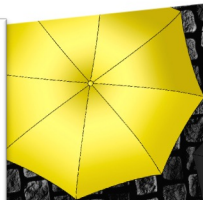




MÄSSPROFFS

MONTERAGERANDE

MIKAEL JANSSON
CEO FAIRLINK



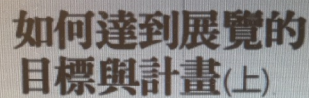
FÖRFATTARE

Mikael Jansson & Maria Jansson

Mässguru

Så lyckas du som utställare
från idé till succé

Andra upplag



文/Mikael Jansson
(本文转载自瑞典《The Exhibition Guru
— The Art of Exhibition at Trade Shows
and How to Make Money From It》—
雷)

擔任 一位買會經理有時可以讓你觉得你擁有全世界最孤單的工作，因為它是

作者簡介：

Mikael Jansson 目前為瑞典 Scandivanian Survey Group 執行長，並與瑞典國際專家制定著名的國際之一，擁有近 20 年的國際調查與經驗，也擔任展覽訓練工作，包含擁有設計、展覽文案製作與展覽資金工具分析。

便管理、提高效率。而且亦可以發展員工正在公司的管理階層、策劃部門和進行執行部門之間聯繫，管理階層應希望你的商業管理能夠將所有資源、最重要的設備和利潤、如果企業能表現出穩健和信、那麼會更公和更對策於此。以上內容



The Author
Nilsen Janson is the CEO and co-owner of Scandinavian Survey Group. Since the mid-1980s he has worked with surveys and consulting related to the field of trade show marketing and is a highly popular speaker on the subject.

Goals and Planning

(Part 1)



FÖRELÄSARE

FOKUS MÄSSOR



PRISBELÖNT



Mikael Jansson
Fairlink

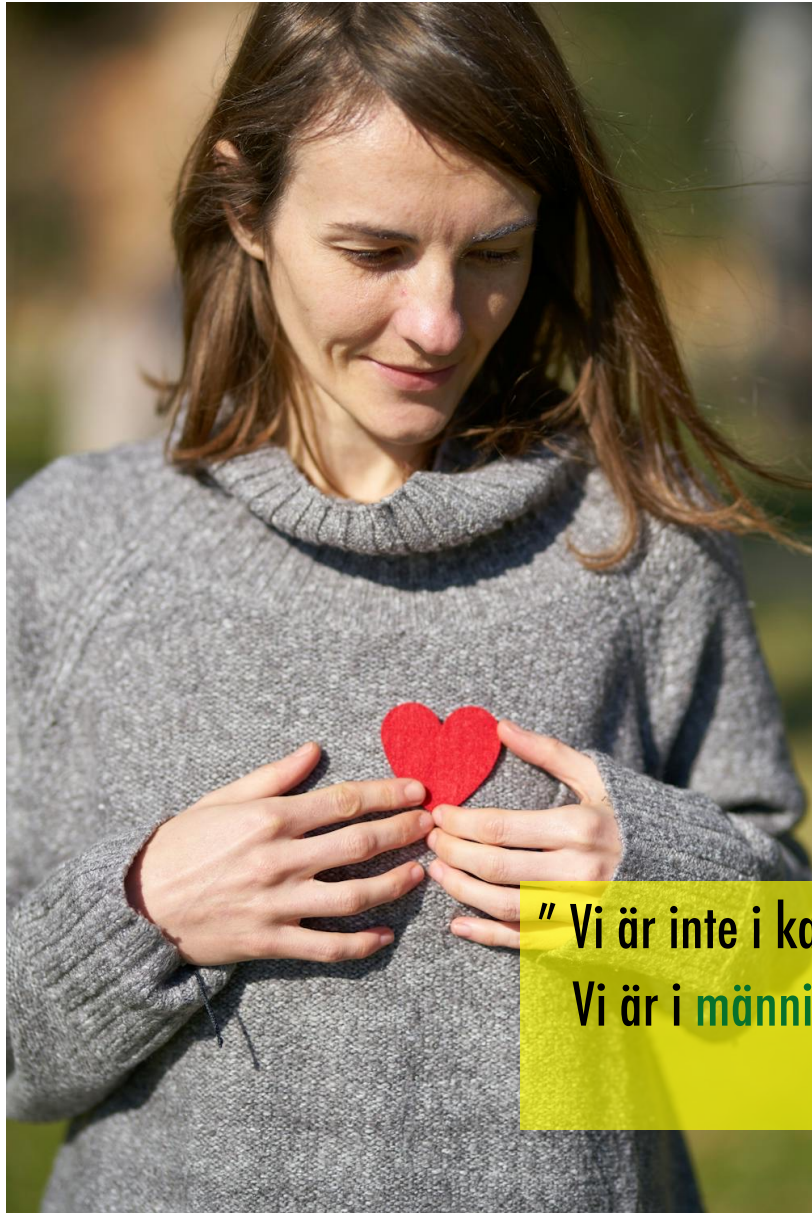
ARBETAR MED REGERINGEN



ARRANGÖR



ANALYSERAT ÖVER 1 000 MÄSSOR



H2H

HUMAN TO HUMAN



Hjärna



Hjärta



"Vi är inte i kaffebranschen och säljer till människor.
Vi är i **människobranschen** och säljer kaffe."

HOWARD SCHULTZ, CEO STARBUCKS





INTERRUPTION MARKETING



Hjärna



Hjärta

Samlar människor med
ett gemensamt intresse.





Jag blir inte sedd av utställarna
(klädsel, kön, lyssnar inte på mig etc)

Utställarna fokuserar inte på oss
besökare (telefon, internmöten, egna
aktiviteter etc)

Hälften av mässbesökarna går runt utan
att ta en första kontakt med utställare
(CEIR)



MÅL



MONTER



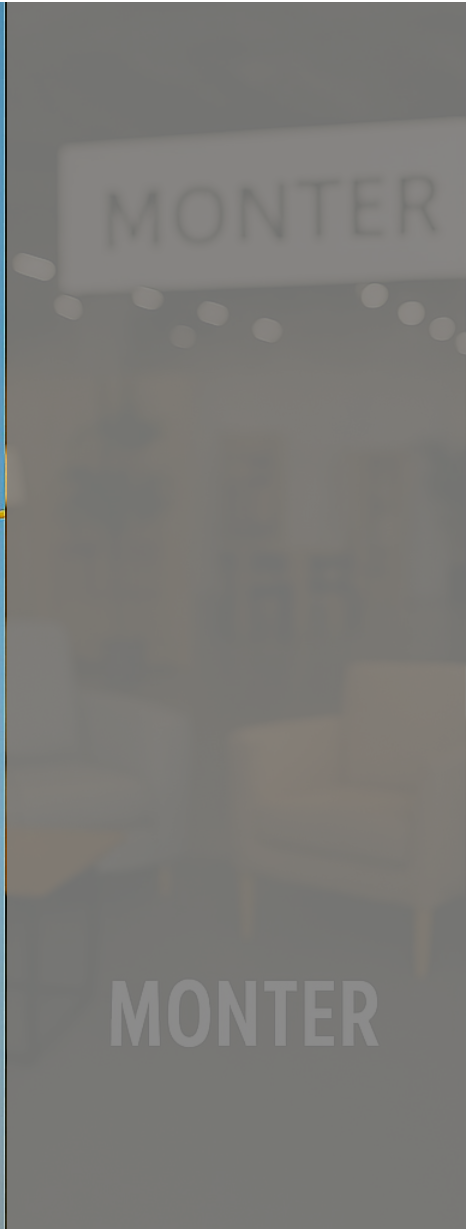
MEDIA



MÄNNISKAN



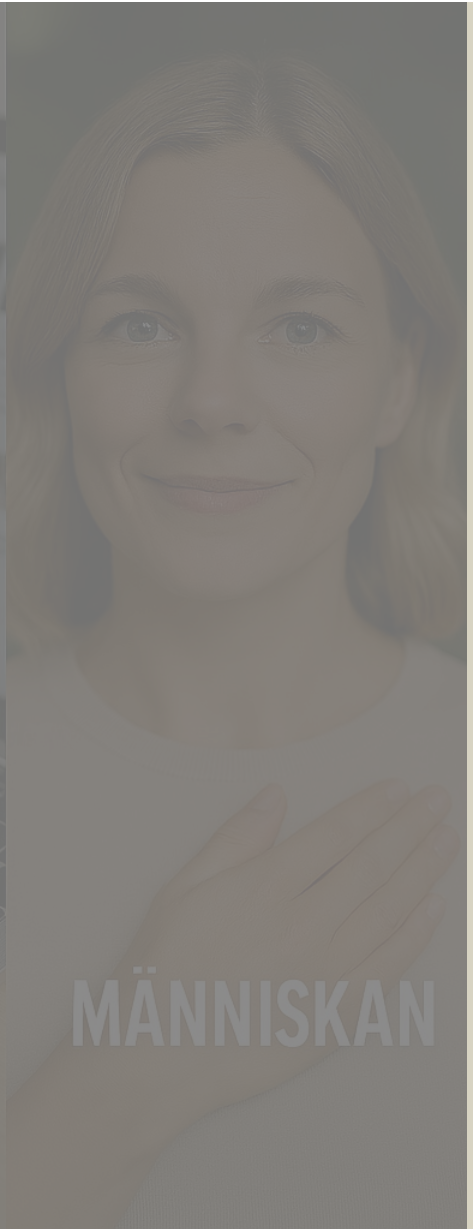
MÅL



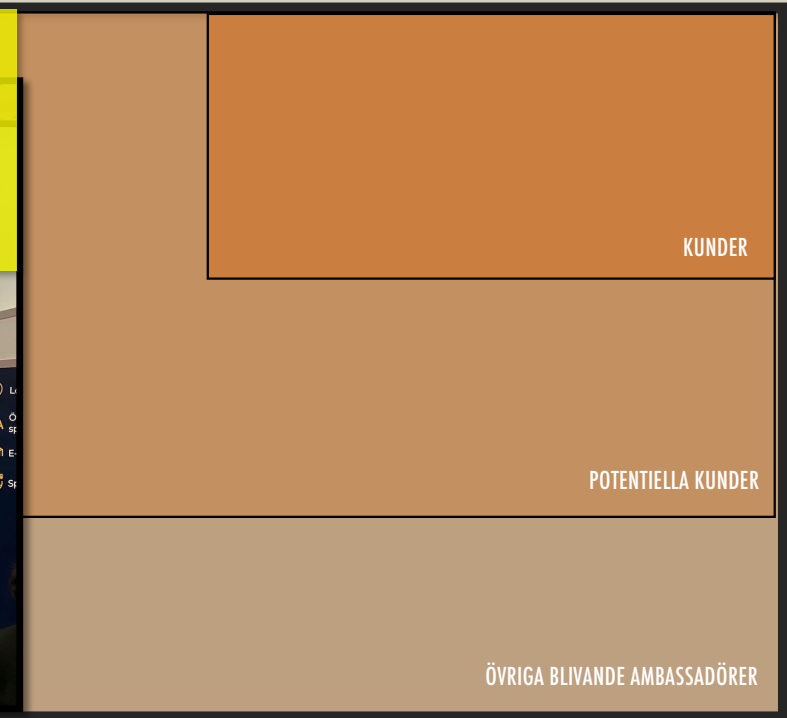
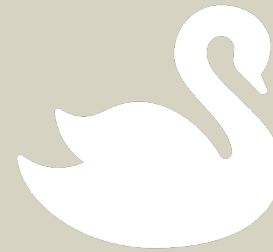
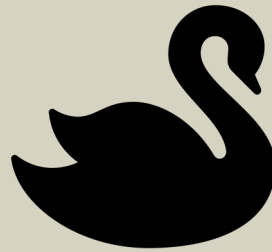
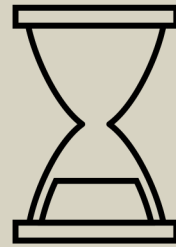
MONTER

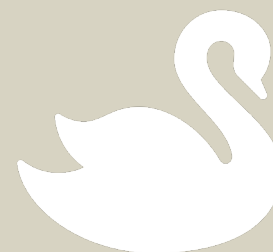
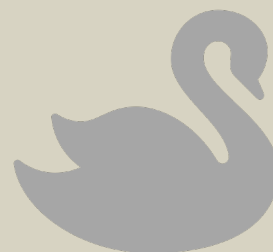
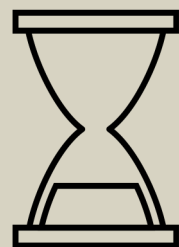


MEDIA



MÄNNISKAN





VIP



VÅRA MÅL!



ÖVRIGA BLIVANDE AMBASSADÖRER

Kundorienterade

Innovativa

På vilket sätt är vi
annorlunda jämfört
med våra konkurrenter?

Aktiva

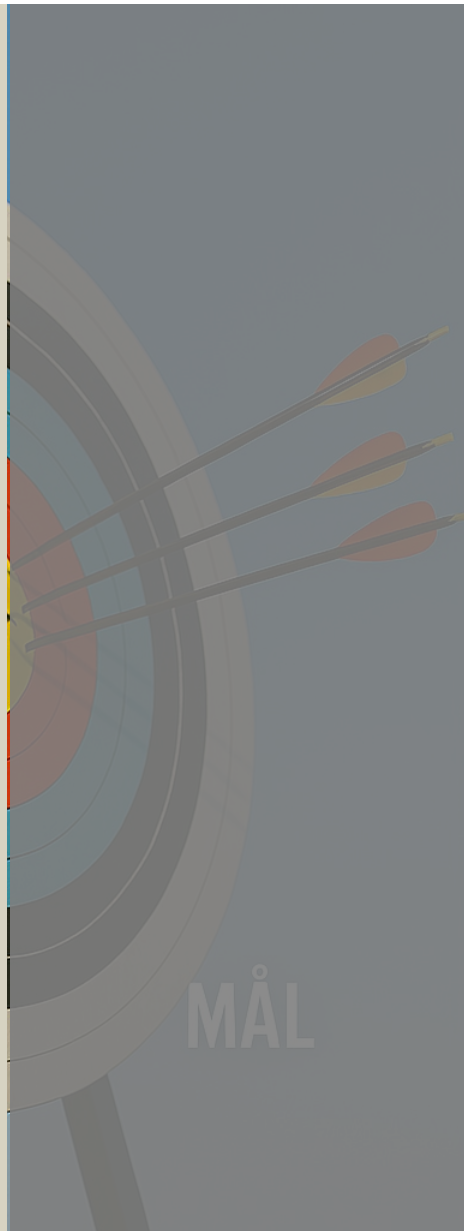
Uppstickare

Trygga

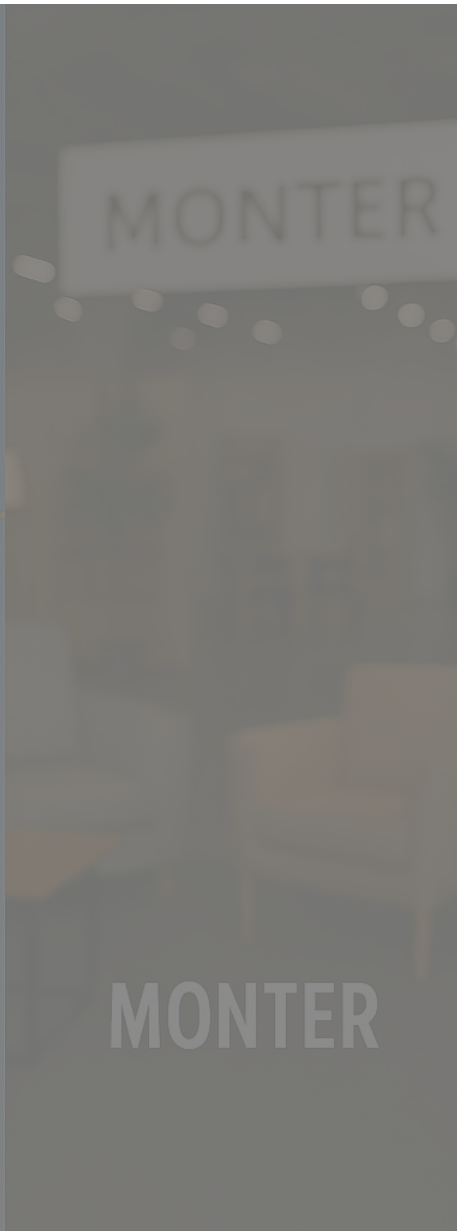
Störst

VILKA SIGNALER BEHÖVER VI SÄNDA UT FÖR ATT NÅ VÅRA MÅL?

Och vad skickar ut signaler?



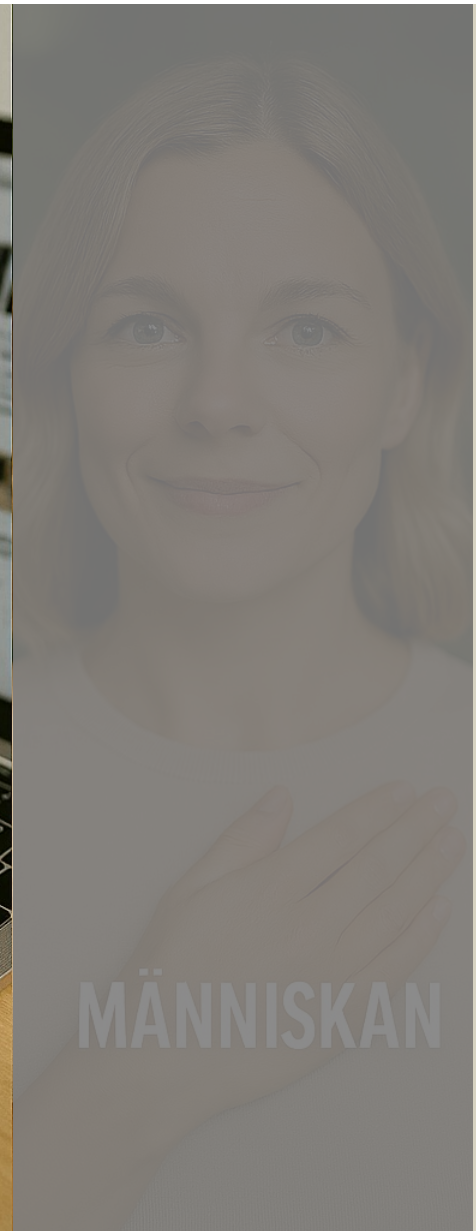
MÅL



MONTER



MEDIA



MÄNNISKAN

HUR MÅNGA DU SOM
UTSTÄLLARE NÅR UT TILL

KOMMUNIKATIONSLINJEN

FÖRE MÄSSAN

UNDER MÄSSAN

EFTER MÄSSAN

TIDSAXEL

HUR MÅNGA UTSTÄLLAREN
NÅR UT TILL

Teaser

Live-rapportering

TÄNK SPORTEVENT

Besökarintervjuer

Föreläsningar

Produktdemonstrationer

Selfie spots

Fortsatt
dialog

Kampanjer

Höjdpunkter från
mässan

Tillbakablickar

Erfarenheter och
resultat

Kopplade till:
• det som lyftes
fram på mässan
• erfarenheter
från mässan.

Håller igång en
dialog

Boka möten

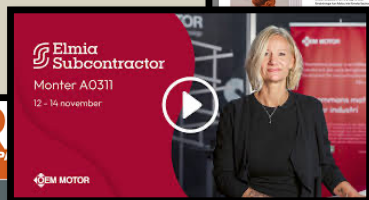
Ställ frågor

Börjar
prata

Bjud in

#hashtag

Landningssida



FÖRE MÄSSAN

MÄSSOMRÅDET

Kassar/Ryggsäckar

Sponsring ex
garderob, kaffe etc

MONTERN



UNDER MÄSSAN

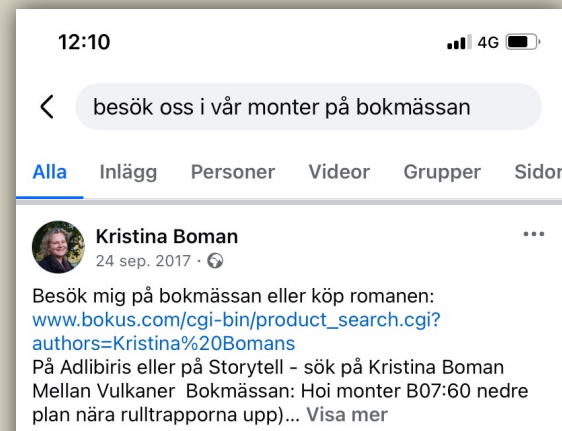
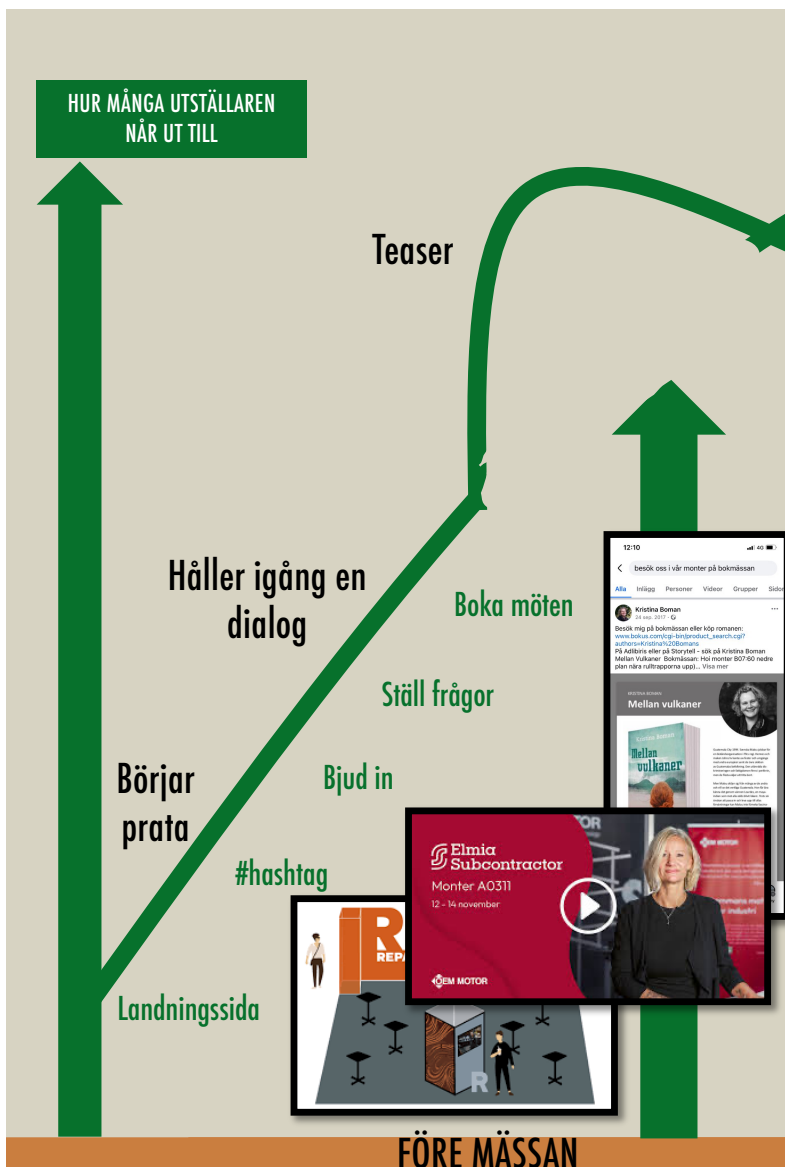
Give aways
(kepsar, borstar etc)

Reklamplats



EFTER MÄSSAN





Vad engagerar din målgrupp?

Jag älskar det planerade spontana. Småpratet med gamla bekanta som slutar i ett nytt projekt. Den där snabba lunchen på stående fot när någon slänger ur sig en idé som plötsligt växer till något oväntat stort.

Och nu står vi här. Montern är klar, lamporna lyser, glassen är redo.

Redo att möta kunder och kollegor ansikte mot ansikte. Redo att prata om stort och smått, om idéer och problem, om lösningar vi ännu inte tänkt på.

Tror att det är det jag tycker allra bäst om med mässor – samtalen. De planerade och de oväntade. De som börjar med en artig nickning och slutar med att man står och skissar på en servett. De som startar över en glass i vår monter och fortsätter långt efter att mässhallarna tömts.



Kommunicera vad om händer i din monter JUST NU!

Sponsring ex
garderob, kaffe etc

MONTERN

UTSE EN KOMMUNIKATIONSANSVARIG

UNDER MASSAN



HUR MÅNGA UTSTÄLLAREN
NÅR UT TILL

Live-rapportering

TÄNK SPORTEVENT

Teaser

Besökarintervjuer

Föreläsningar

Produktdemonstrationer

Selfie spots

Fortsatt
dialog

Kampanjer

Höjdpunkter från
mässan

Tillbakablickar

Erfarenheter och
resultat

Kopplade till:
• det som lyftes
fram på mässan
• erfarenheter
från mässan.

Håller igång
dialog

Ställ frågor

Bjud in

Börjar
prata

#hashtag

Landningssida

Elmia
Subcontractor
Monter A0311
12 - 14 november



FÖRE MÄSSAN

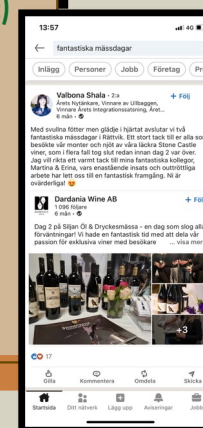


Give aways
(kepsar, borstar etc)

Reklamplats

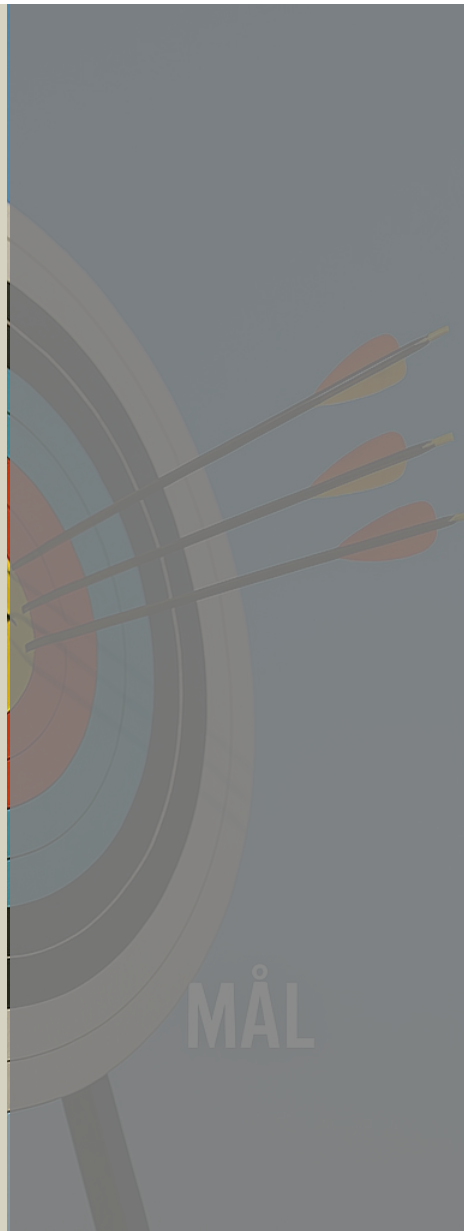


UNDER MÄSSAN

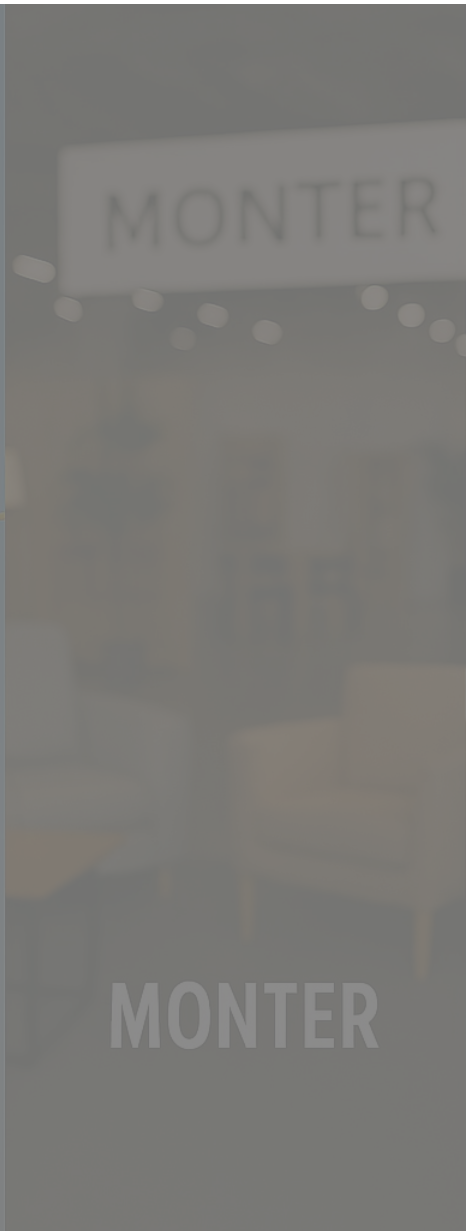


EFTER MÄSSAN





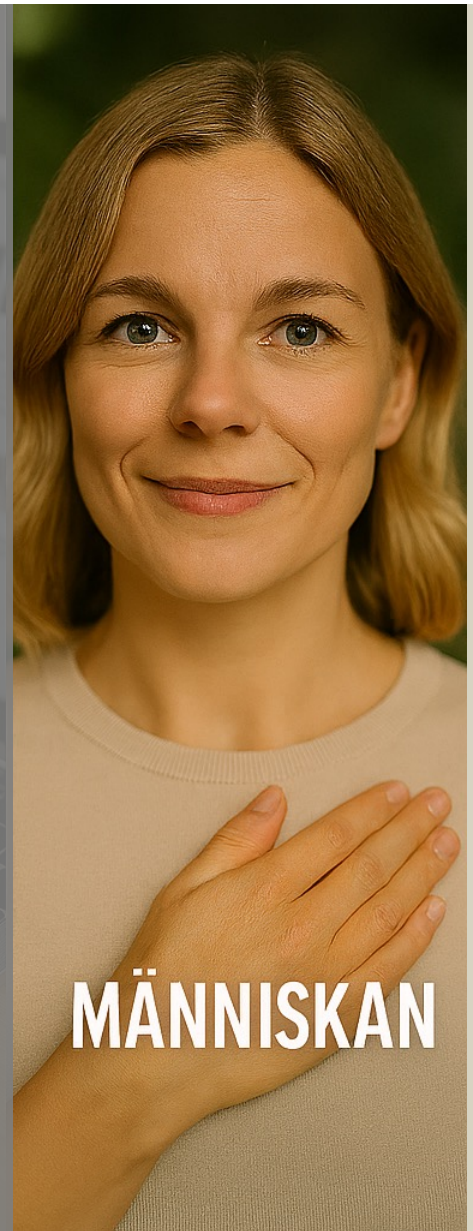
MÅL



MONTER



MEDIA



MÄNNISKAN

A woman with dark hair and a blue lanyard is smiling at a man with short brown hair. They are in a trade show setting with blurred background lights and people. A yellow speech bubble is at the top, and a Venn diagram with three overlapping circles is in the center. The circles are labeled 'Monter' (top, light blue), 'Innehåll' (right, light blue), and 'Personal' (bottom, yellow). The intersection of all three is a darker green. A large yellow banner is at the bottom.

Resultatet på en
mässa avgörs av
monterpersonalen!

Monter

Innehåll

Personal

Möten mellan människor

DÄR MAGI UPPSTÅR

En ovan arbetsplats!

Snuttefilar

Fokus på mobilen
Internmöten
Pratar läääääänge med kända besökare etc

Misstag

Prata utan att lyssna
Lovar mer än vi kan hålla
Inte registrera givna löften etc



En ovan arbetsplats!

Våra mål!

VILKA SIGNALER VILL VI SÄNDA UT?

Snuttefilar

Fokus på mobilen
Internmöten
Pratar läääääänge med kända besökare etc

Misstag

Prata utan att lyssna
Lovar mer än vi kan hålla
Inte registrera givna löften etc

6. Redo för
nästa möte

1. Få igång
ett samtal

5. Avsluta på
ett positivt
sätt

MONTERSAMTAL

2. Tag reda
på VEM,
VARFÖR, VAD
och HUR?

4. Bestäm
nästa steg i
relationen

3. Berätta om
dina
produkter

Göra **RÄTT** saker och
göra saker **RÄTT**

ETT SYSTEMATISKT ARBETE



MEHRABIANS FORMEL

55%
BETEENDET

38%
RÖSTEN

7%
ORDEN

“Ett engagerat och inbjudande kroppsspråk.”





Fokus på rätt saker

Fokus på besökarna!

Inga internmöten!

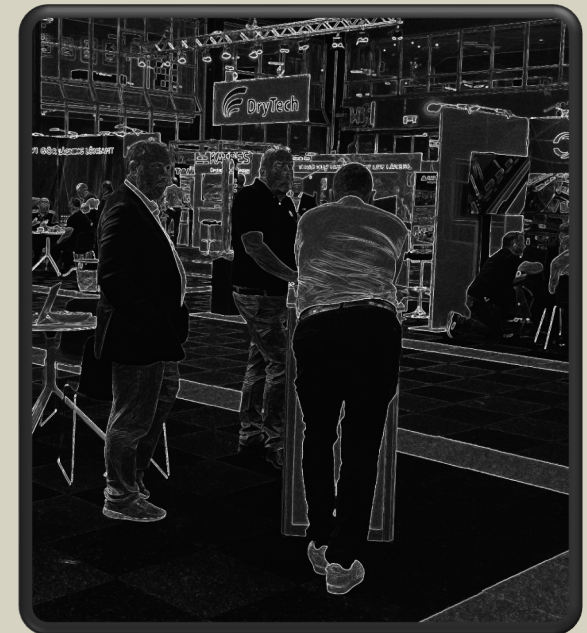
Göm dig inte!



Ett engagerat och
inbjudande kroppsspråk.



1. Klädsel
2. Hållning
3. Ansiktsuttryck
4. Armar och ben
5. Kroppsspänning
6. Diskussionsavstånd
7. Beröring
8. Röst
9. Ögonkontakt

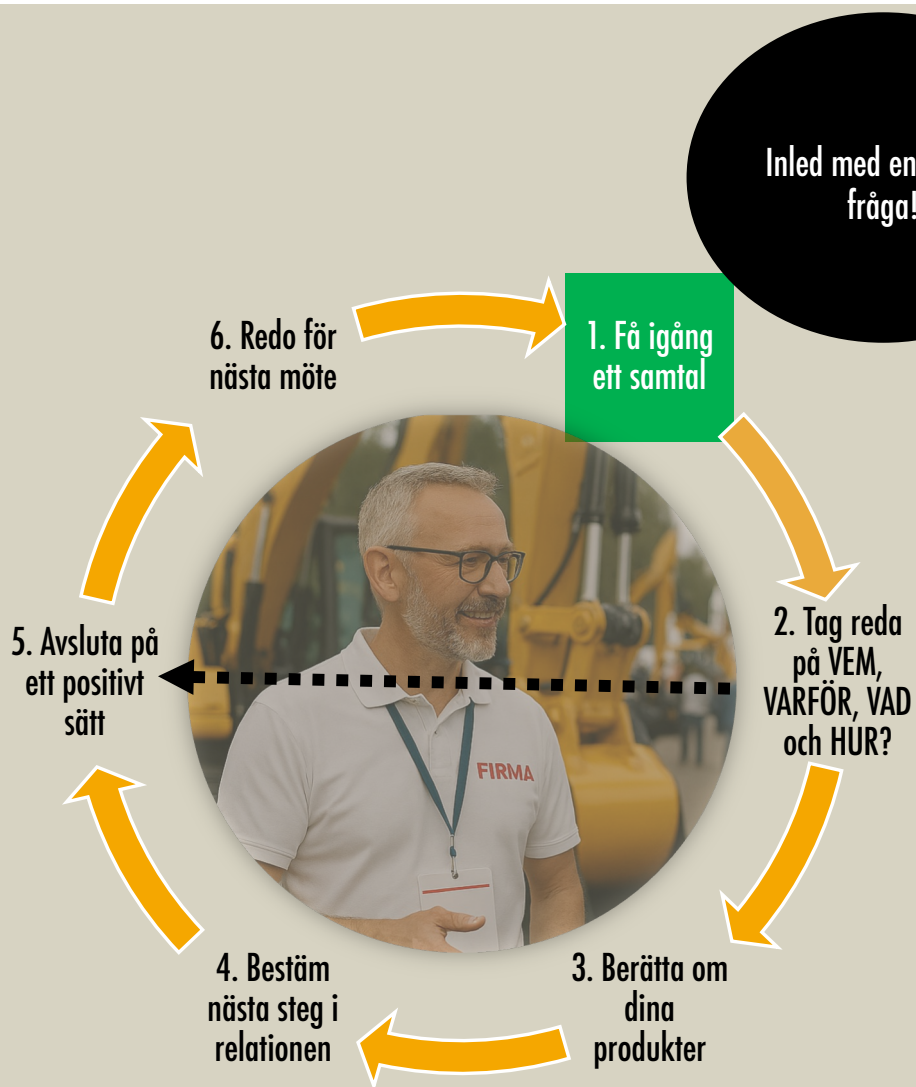




A black and white close-up photograph of a pug's face. The pug has a wrinkled, wrinkled snout and large, round, dark eyes. Two yellow speech bubbles are overlaid on the image. The pug's fur is dark and short. The background is a plain, light color.

Men ska jag inte
säga något?

Stirra max 3,3
sekunder!



Inled med en ÖPPEN fråga!

"Oj, nu höll du på att missa vår monter!"

"Hej, jag heter Peter!"

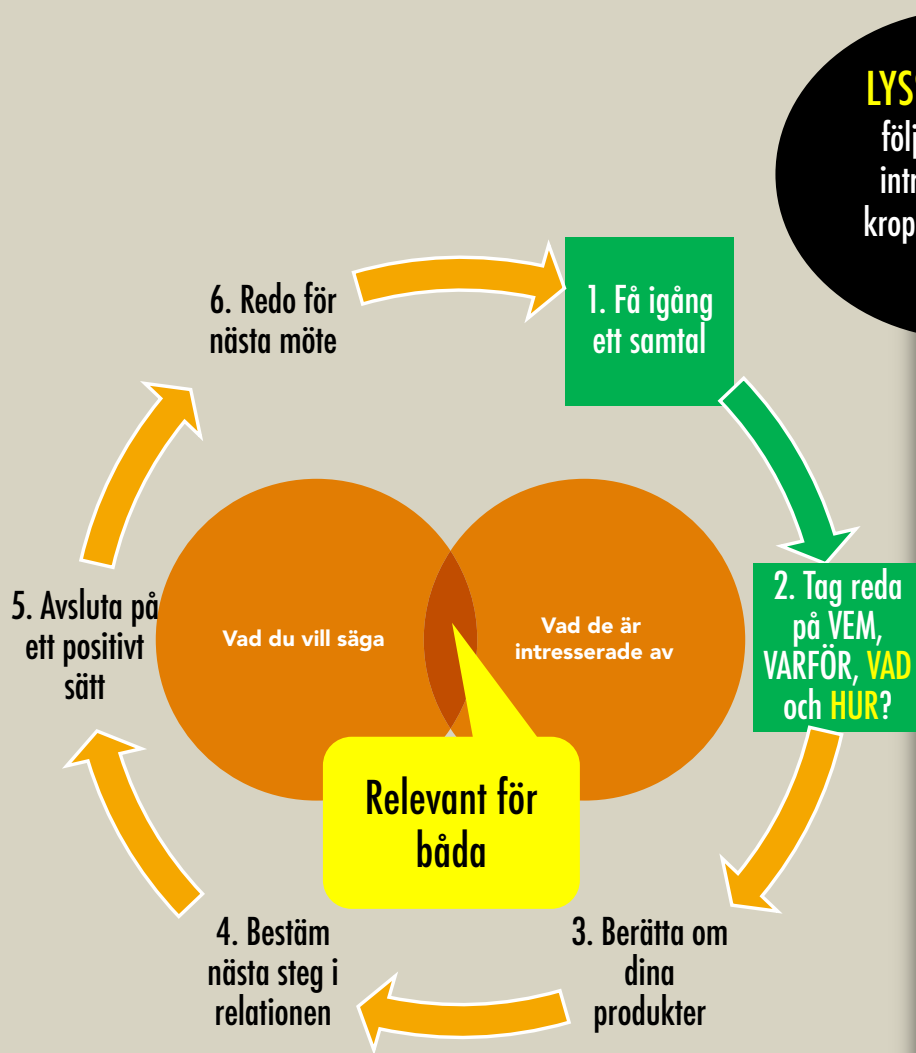
"Hej, välkommen in i vår monter!"

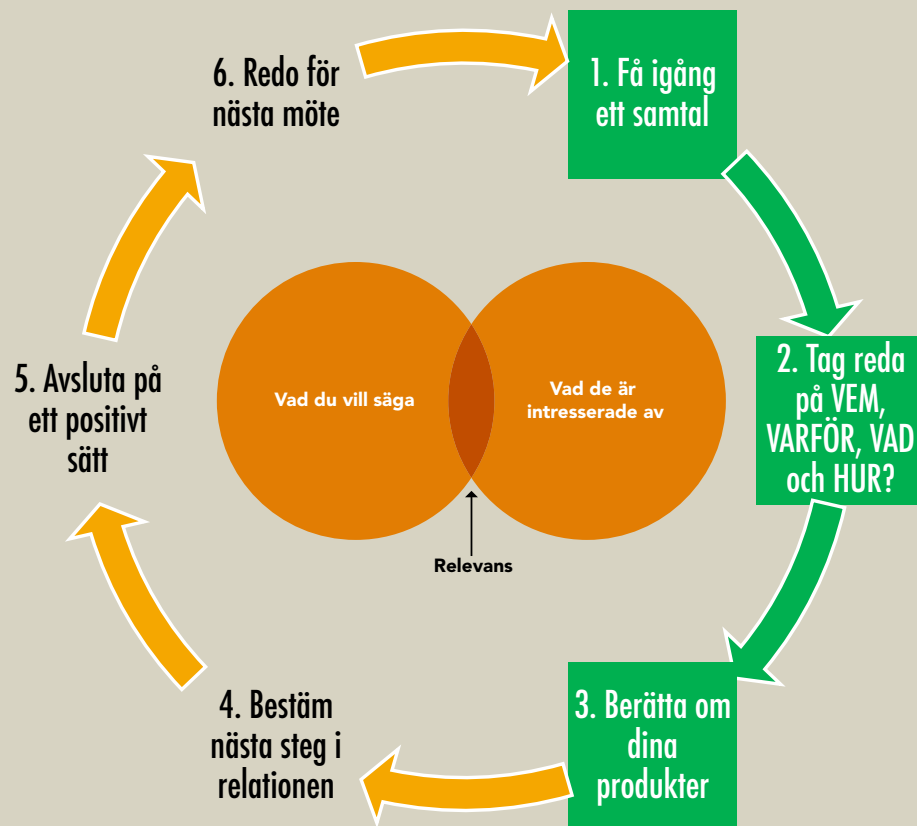
Han verkar intresserad och engagerad

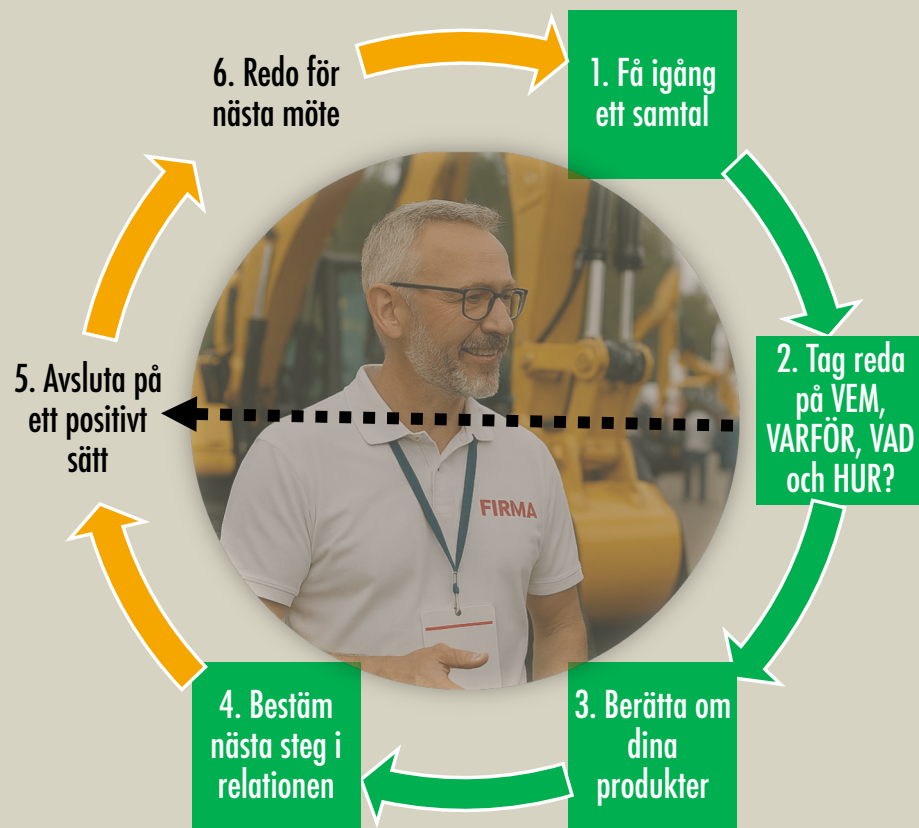


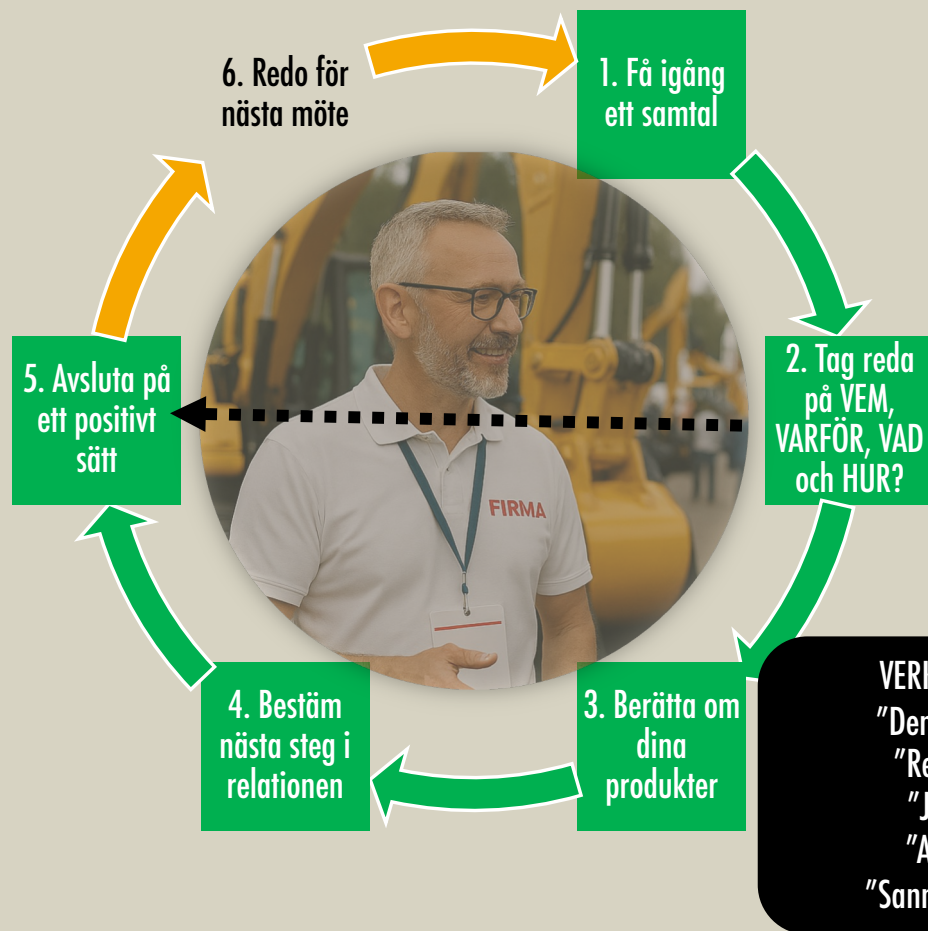
VAL-trixet



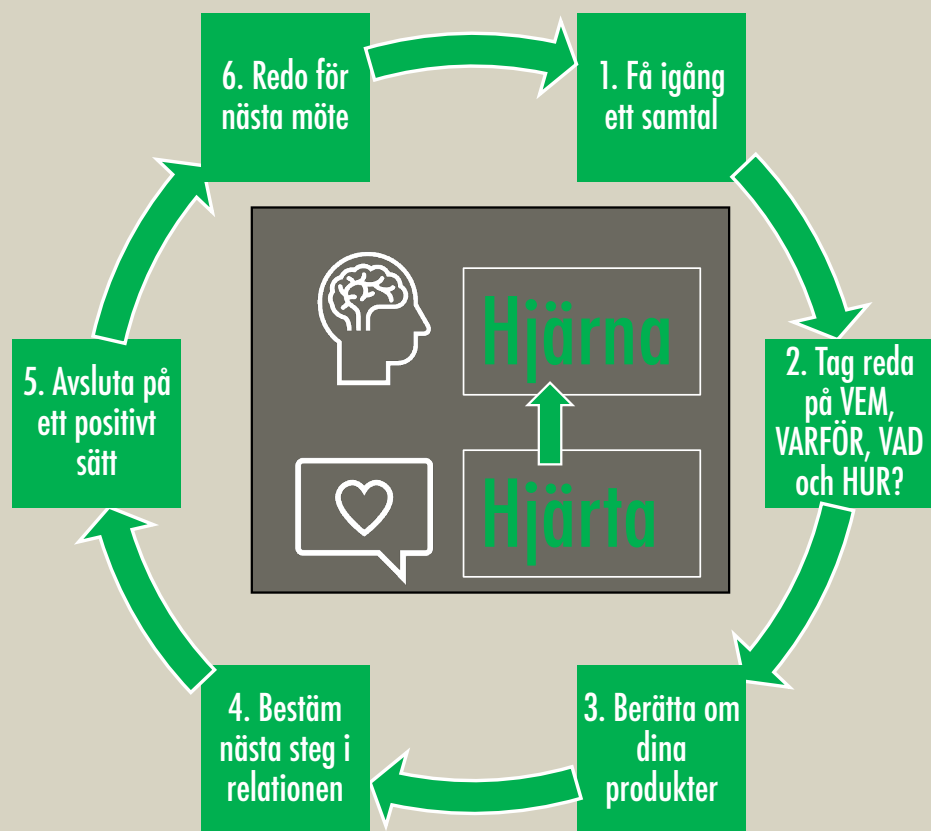














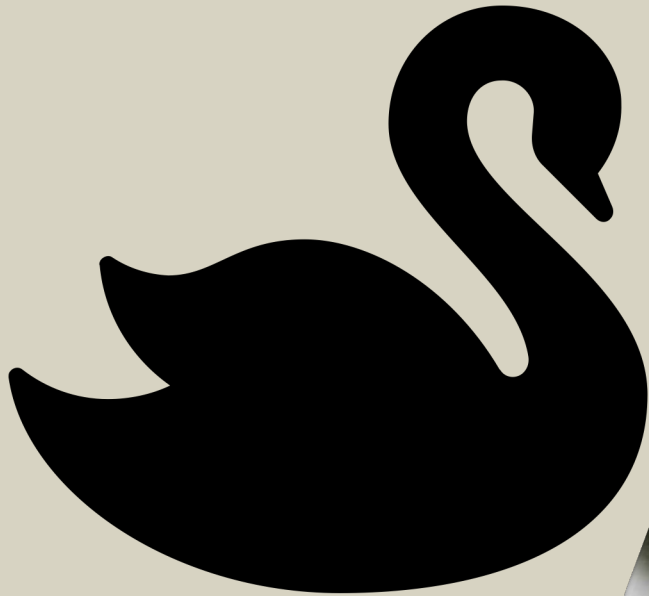
1. **STÅ inte i montern utan ARBETA.**
2. **Fullt fokus på besökarna och inte på något annat i montern.**
3. **Första intrycket är viktigt. Göm dig inte utan ha ett öppet kroppsspråk. Våga ta kontakt, men respektera besökarna!**
4. **Lyssna på besökarna för att kunna leda vidare till målen, men lova inte mer än ni kan hålla.**
5. **Var dig själv.**

1904 Världsutställningen i
St Louis

Jack Daniels är en helt
annan historia

Richard Steiff och
Hermann Berg

1903 i Leipzig, sista timmen



The World of Steiff



Steiff Museum



Steiff Club

Richard Steiff och
Hermann Berg

Stuffed animals & toys

Baby & kids fashion

Exclusive world of collectors

The World of Steiff

My Steiff Wishlist Shop

Teddy bear gang



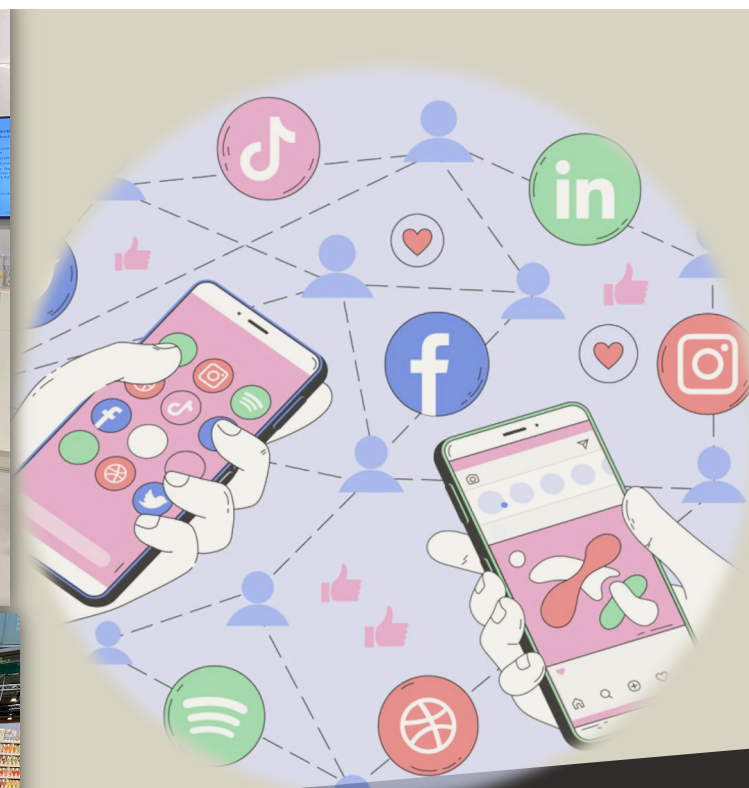
Discover the Teddy bears now

Steiff Shops

Find out more



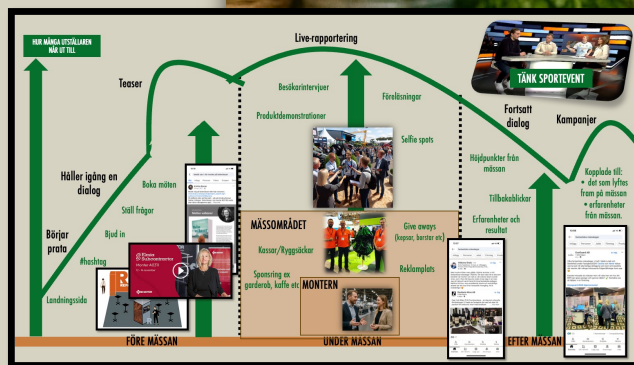
Upptäckte
Klädde
Gillade
Kände
Lärde mig
Provade
Hörde
Rörde
Smakade
Luktade
Noterade
Frågade
Diskuterade
Förstod
Delade
Köpte



Det hände på en mäss

MÖTEN MELLAN MÄNNISKOR, PRODUKTER OCH IDÉER
I EN INSPIRERANDE MILJÖ

DU
Är avgörande för resultatet



VÅRA MÅL!



TRE

Tips att ta med sig

1. Se till att din monterpersonal har rätt förutsättningar för att kunna göra ett bra arbete på mässan.
2. Använd sociala medier för att utvidga kommunikationslinjen före, under och efter mässan.
3. Behandla inte besökarna som du vill bli bemött utan som dom unika individer dom är.



Jag blir inte sedd av utställarna (kläder, kön, lyssnar inte på mig etc)

Utställarna fokuserar inte på oss besökare (telefon, internumiden, egna aktiviteter etc)

Hälften av mässbesökarna går runt utan att ta en första kontakt med utställare (CEIR)

fairlink

VI SÄTTER VÄRDE PÅ MÄSSOR
SEDAN 1986



8 tips för dig som vill lyckas som utställare



Mikael Jansson
CEO Fairlink, föreläsare och
författare



November 8, 2024

Att ställa ut på en mässas är både enkelt och svårt. Enkelt, för att det i grunden handlar om att ha en tydlig målsättning och att alla gör sitt bästa för att nå den. Svårt, för att vi ofta fastnar i detaljer och tappar fokus. Här kommer åtta tips som hjälper dig att lyckas som utställare.

1. Låt inte slumpen avgöra ert resultat. Gör medvetna val som hjälper er att nå era satta mål.

fairlink

VI SÄTTER VÄRDE PÅ MÄSSOR
S E D A N 1 9 8 6

NORDENS STÖRSTA ANALYS OCH
UTBILDNINGSFÖRETAG INOM
MÄSSBRANSCHEN

WWW.FAIRLINK.SE

TEL +46 70 744 29 70

ELMIAVÄGEN 11, 554 54 JÖNKÖPING