



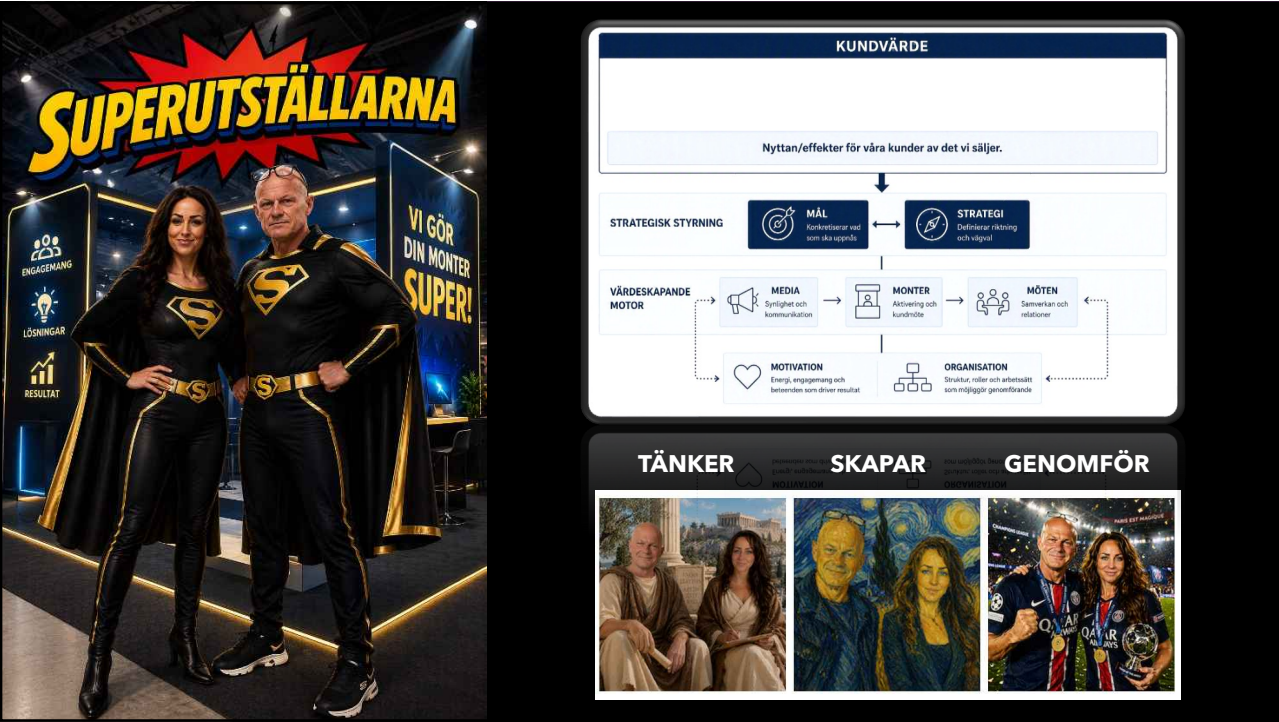
1



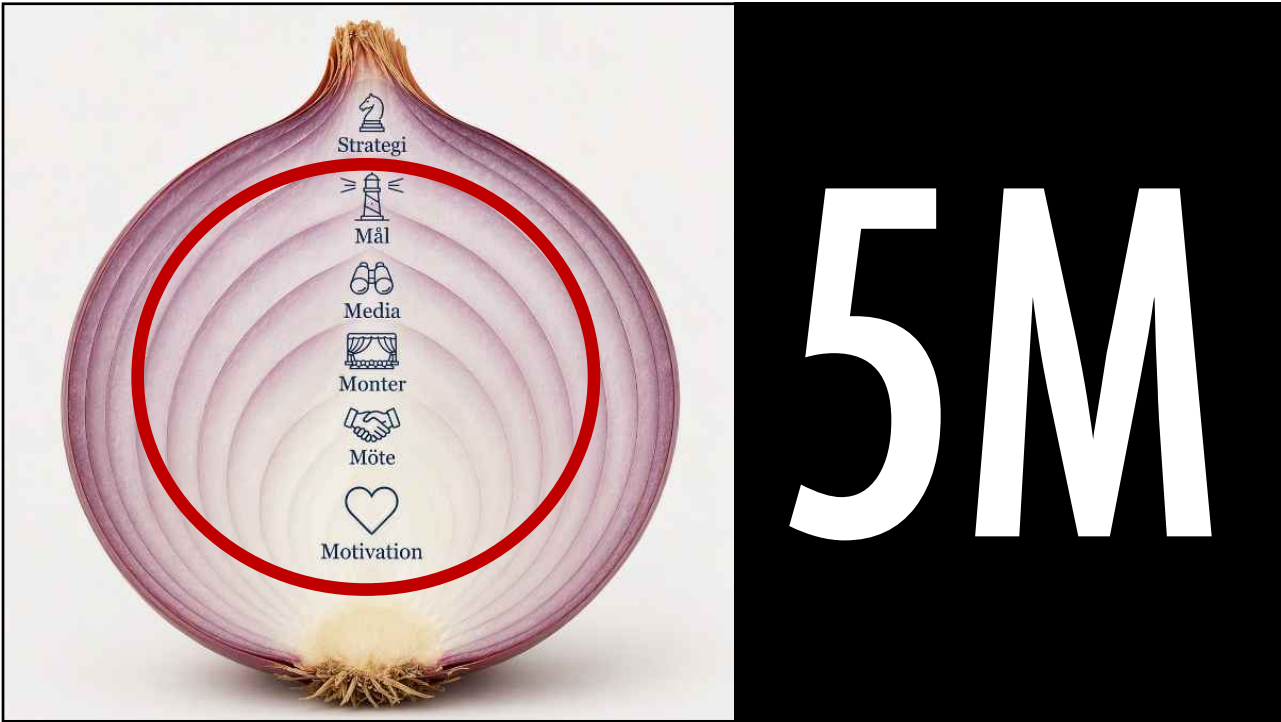
2



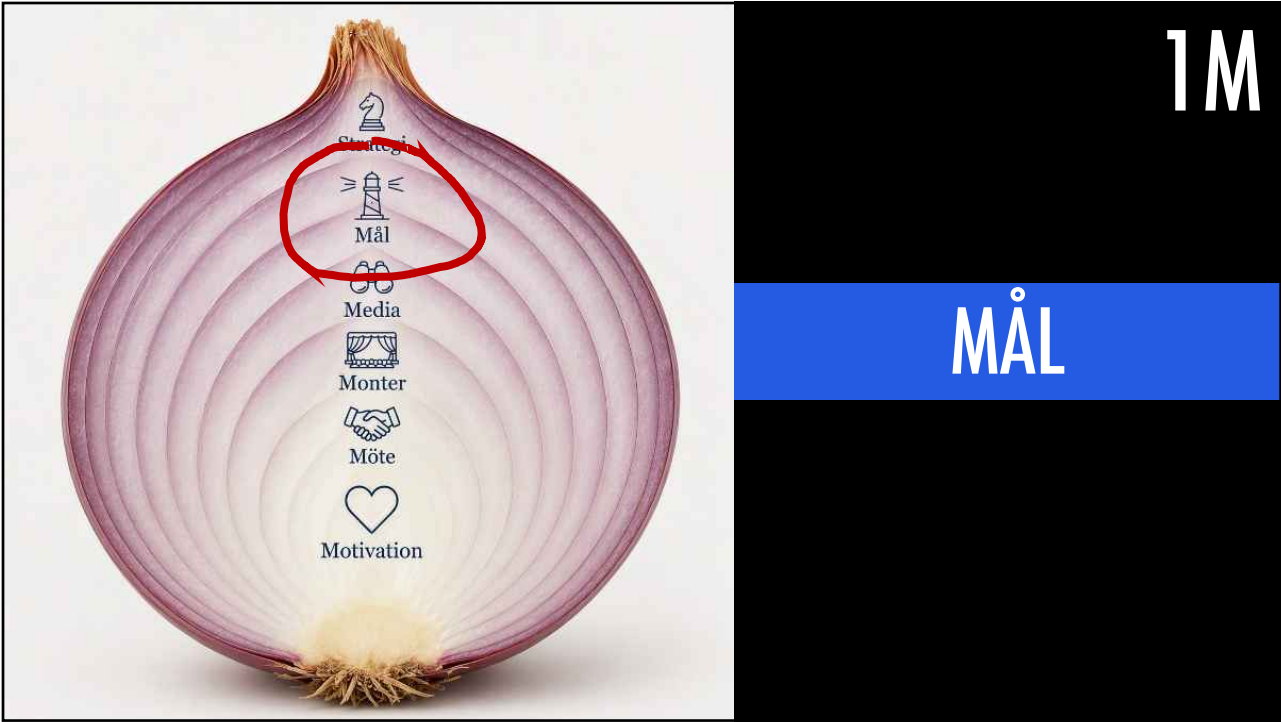
3



4



5



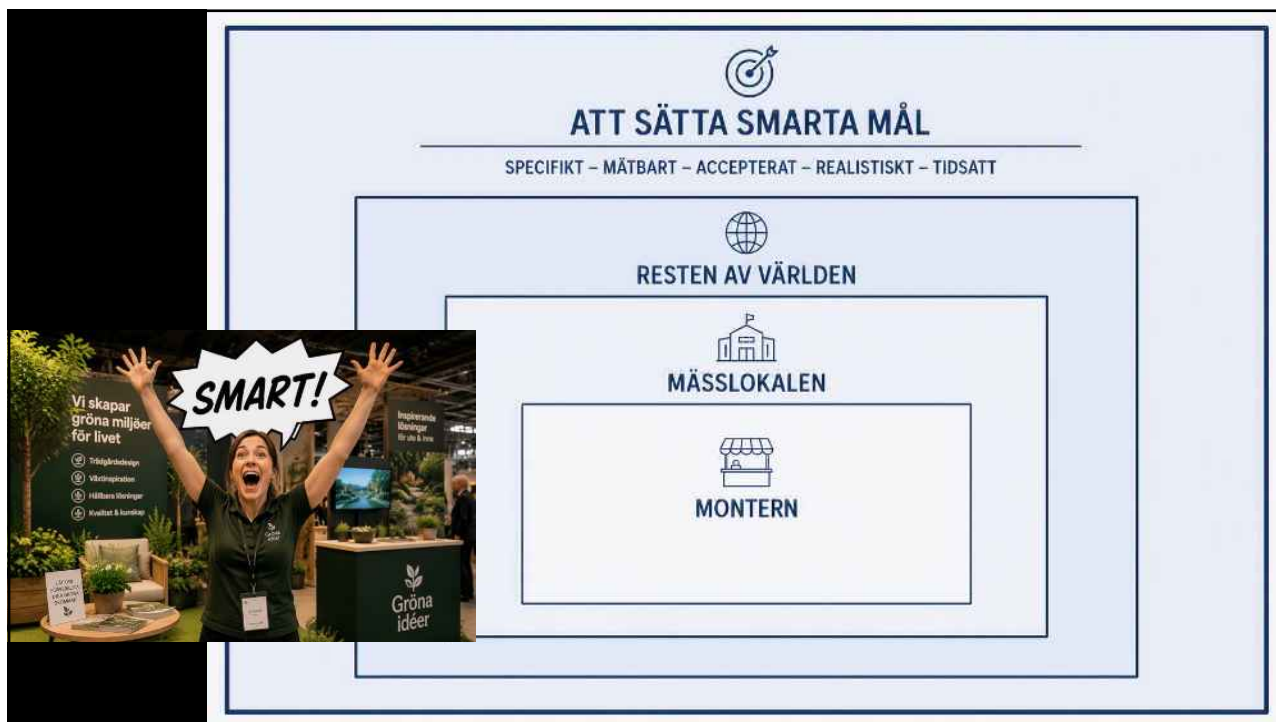
6



7



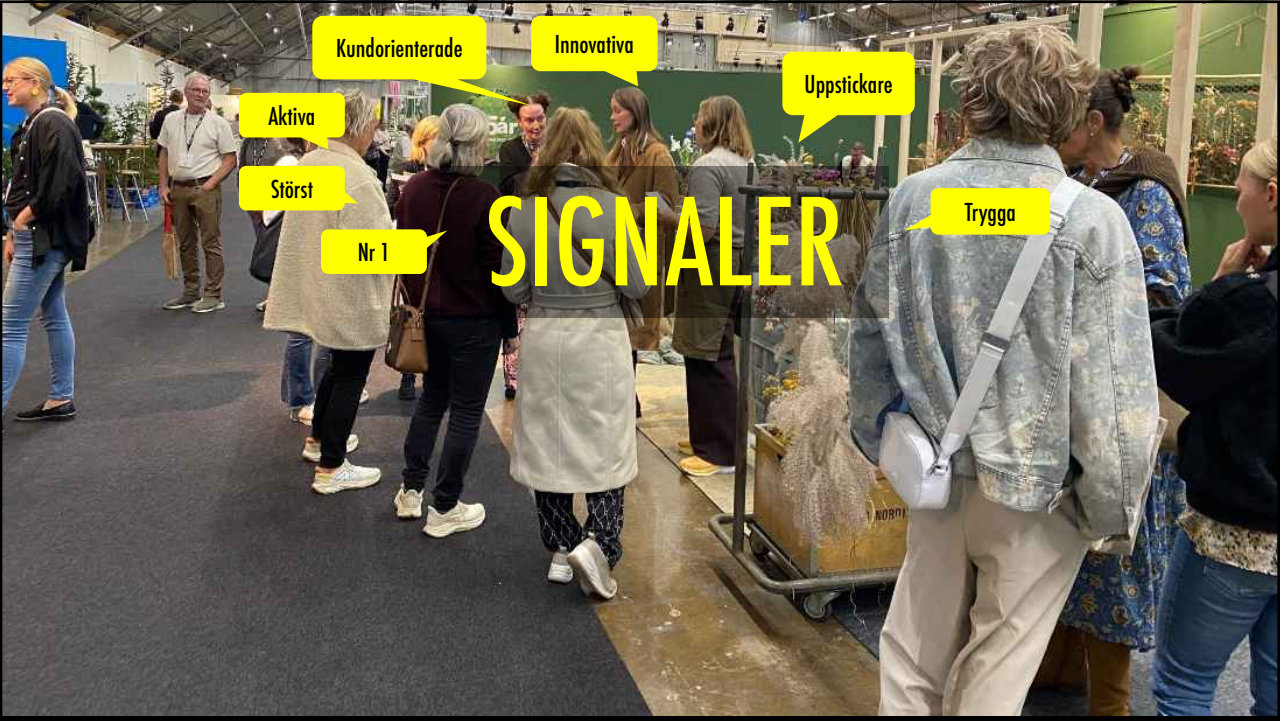
8



9



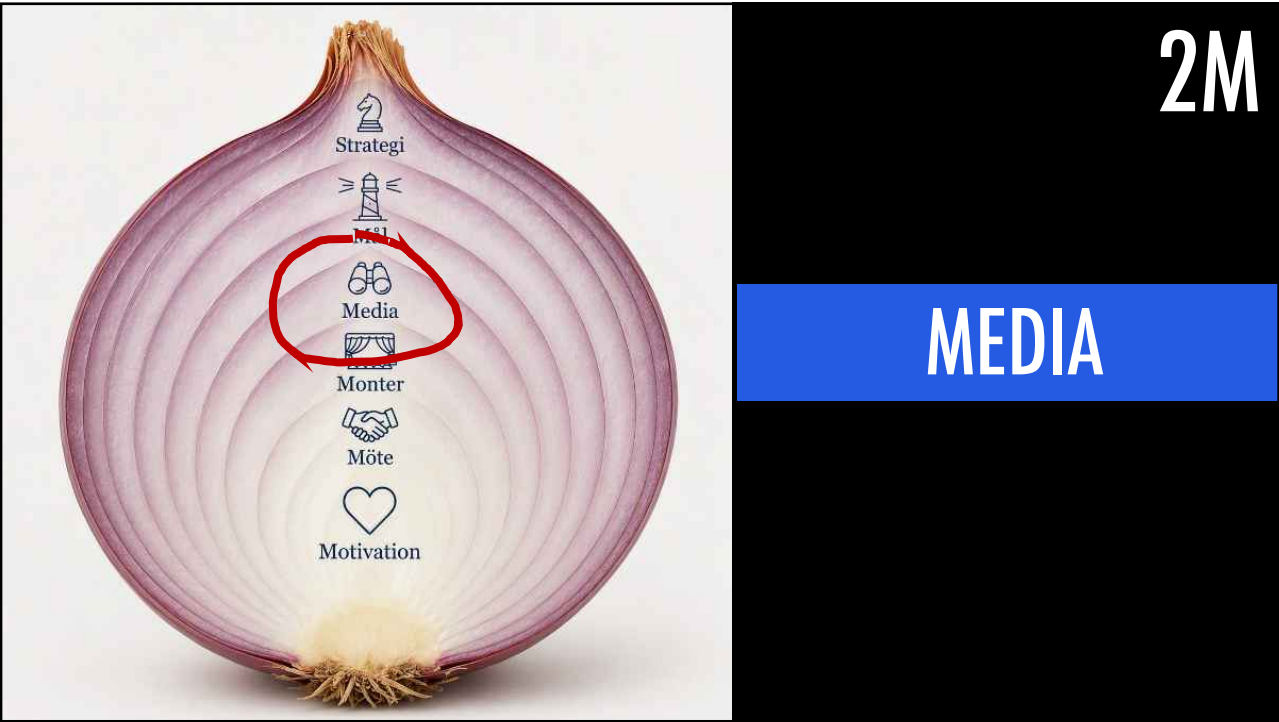
10



11



12

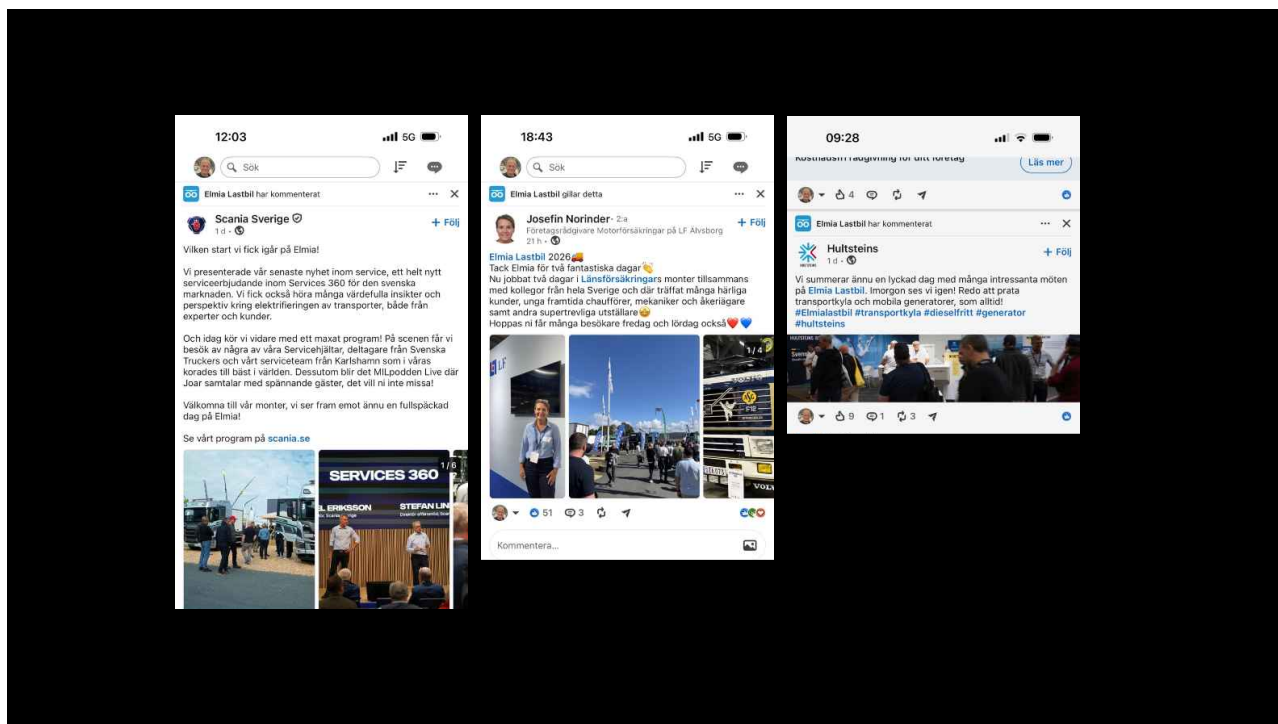


13



14





17

“ I en värld där nästan allt kan poleras är det skakiga mobilfilmer och spontana reaktioner som bygger relationer.

”

18

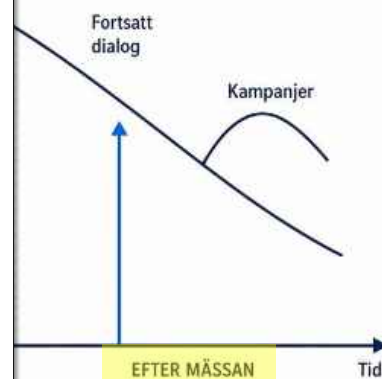
SCHUNK summerar Elmia: personliga möten driver industrins utveckling

SCHUNK summerar Elmia Automation 2026: personliga möten fortsatt avgörande för industrins utveckling

Södertälje, 2026-06-10 – Efter fyra intensiva dagar på Elmia Automation i Jönköping summerar SCHUNK Intec AB en framgångsrik mäsas och ett stort antal konkreta kunddialoger. Årets samtal visar att svenska industriföretag inte längre enbart söker enskilda produkter. Allt fler vill diskutera hur hela processer kan automatiseras, optimeras och framtidsäkras.

Digitala möten, webinarier och automatiserade säljkanaler har blivit en naturlig del av industrins vardag. Men behovet av personliga möten är fortfarande starkt, enligt Tomas Berg, vd för SCHUNK Intec AB.

– De som säger att mässan är död har fel. Det finns inga andra kanaler där vi träffar så många kunder under fyra dagar. Att mötas ansikte mot ansikte, visa produkter och diskutera verkliga applikationer är oslagbart, säger Tomas Berg.

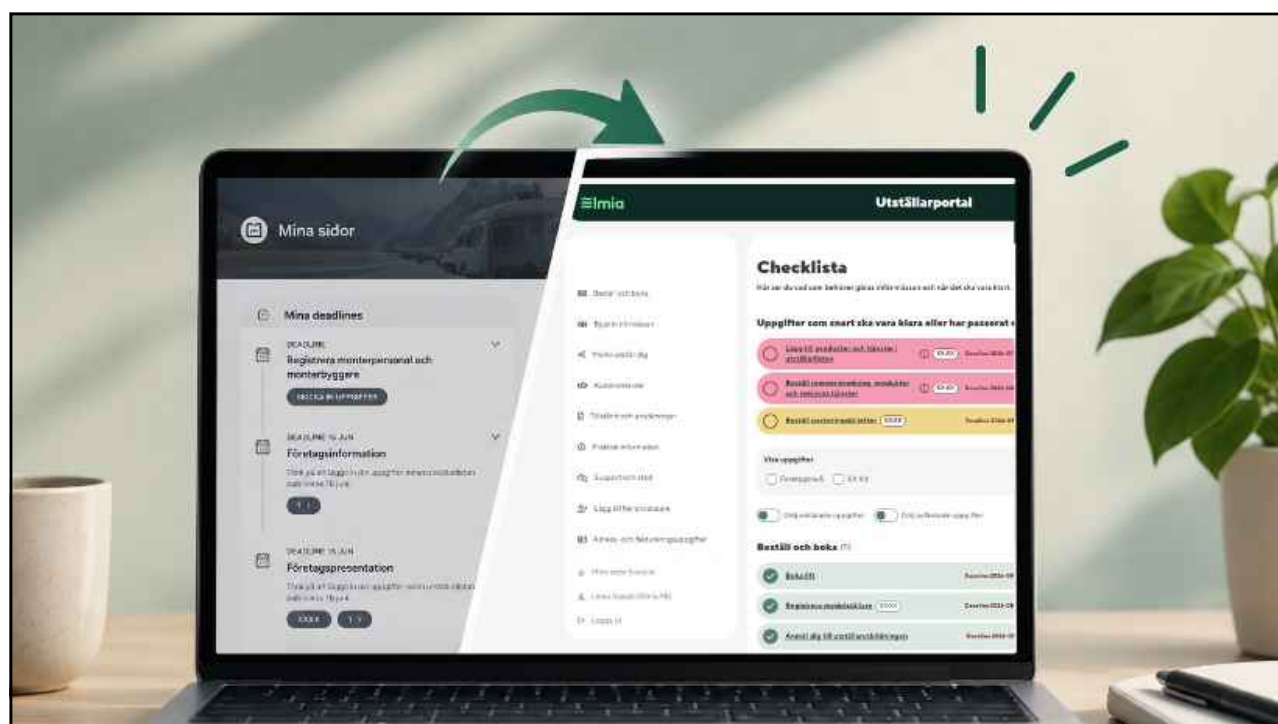


3

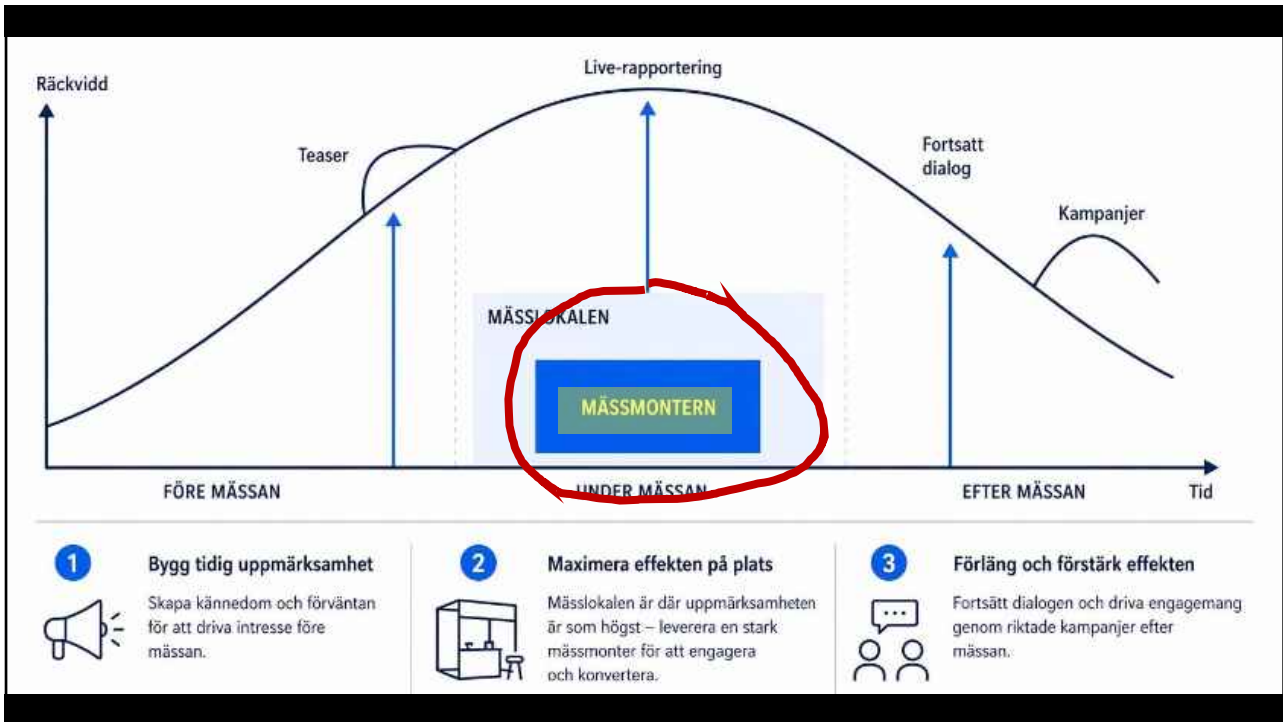
Förläng och förstärk effekten

Fortsätt dialogen och driva engagemang genom riktade kampanjer efter mässan.

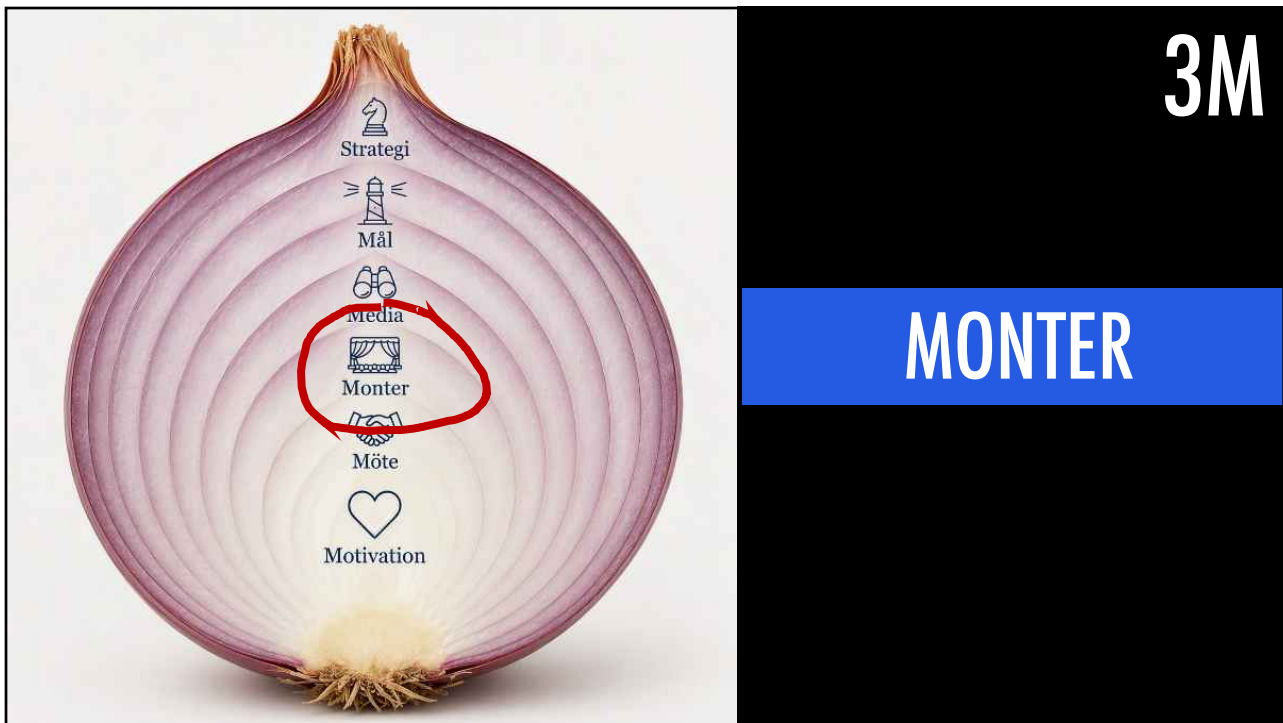
19



20



21



22

En mötesplats för kunder, blivande kunder, fd kunder, åf...

Man vill
bli sedd.



Formella och
informella
samtal.

23



24



Fairlink AB
526 följare
3 d · 🌐

Kaffe i montern kan vara mer än en "gratis kopp", det kan bli din bästa mötesmotor

Här är 5 sätt att använda kaffe smart så det faktiskt skapar affärsvärde:

Skapa en "café-yta": en liten, lugn plats där folk stannar längre, inte bara passerar.

Gör väntan till en kontaktpunkt: när någon väntar på sin kopp har du ett naturligt läge för en första fråga och ett leende.

Koppla kaffet till ditt budskap: namnge stationen efter ert tema ("Energiboost för..."), och låt en skylt svara på varför ni finns.

Bygg in en enkel aktivitet: "Få kaffe + 1-minuts demo" eller "Kaffe mot en snabb fråga" (poll på iPad/QR).

Bjud rätt personer vid rätt tid: "Kundkaffe 10:30" eller "Partnerfika 14:00", små tider skapar stora möten.

Poängen: Kaffe ska inte bara locka folk, det ska hjälpa dig starta samtal och fördjupa relationer.

Hur använder du kaffe i din monter idag – som dragplåster eller som mötesstrategi?

25

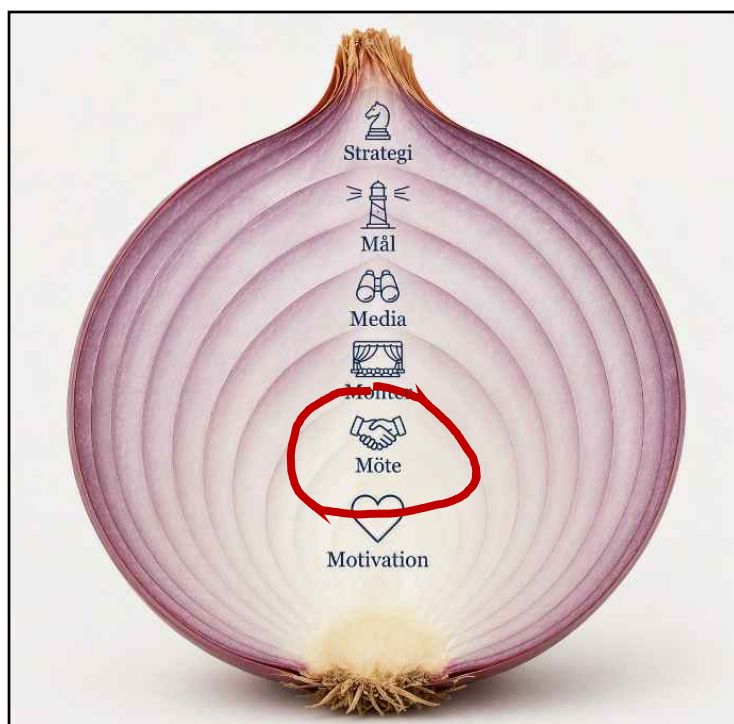



Del 3. Människorna skapar relationen.

26



27



4M

MÖTEN

28

”Besökaren är inte ett lead som råkar vara en människa. Besökaren är en människa som eventuellt kan bli ett lead.”

29

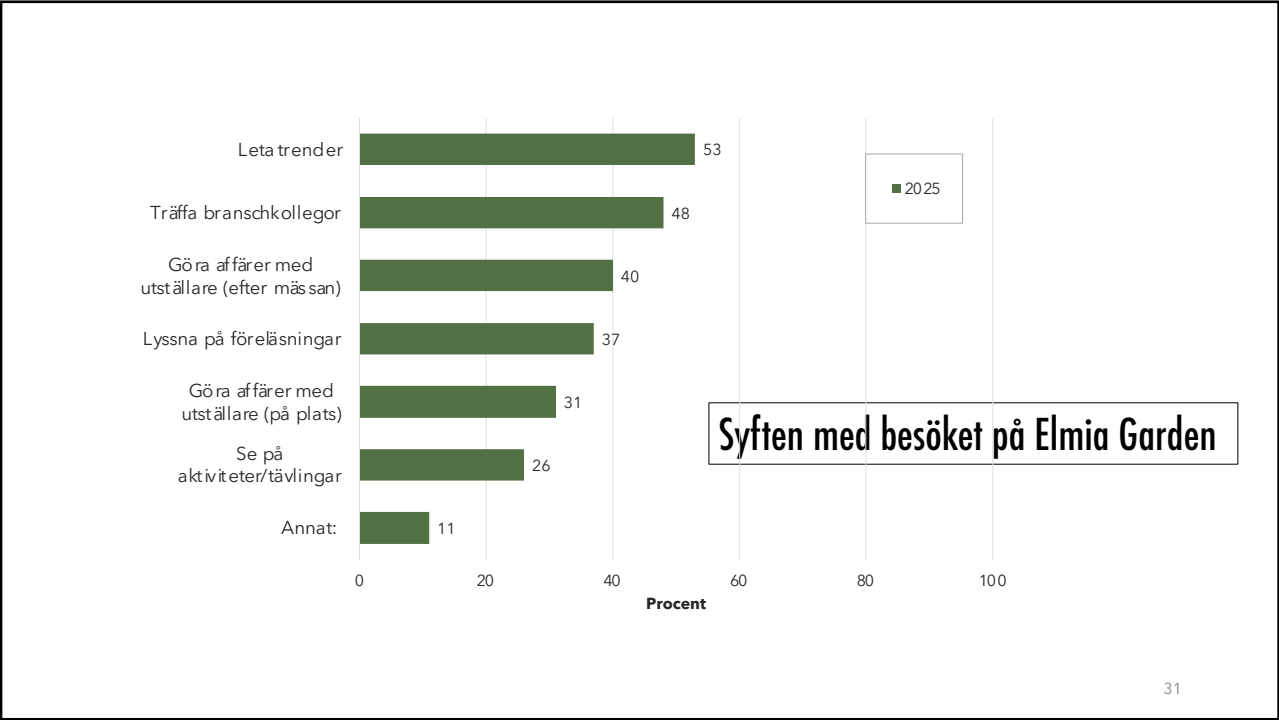


ATT SE MÄNNISKAN BAKOM NAMNSKYLTEN

FEM FRÅGOR ATT TA MED ER FRÅN MARTIN BUBER (JAG-DET, JAG-DU)

1. Ser vi besökarna som leads eller som människor först och främst?
2. Hur får vi varje besökare att känna sig sedd och välkommen?
3. Är vi genuint nyfikna på människorna vi möter i montern?
4. Hur mycket tid ägnar vi åt att lyssna jämfört med att prata?
5. Vad vill vi att besökarna ska minnas av mötet med oss när mässan är över?

30



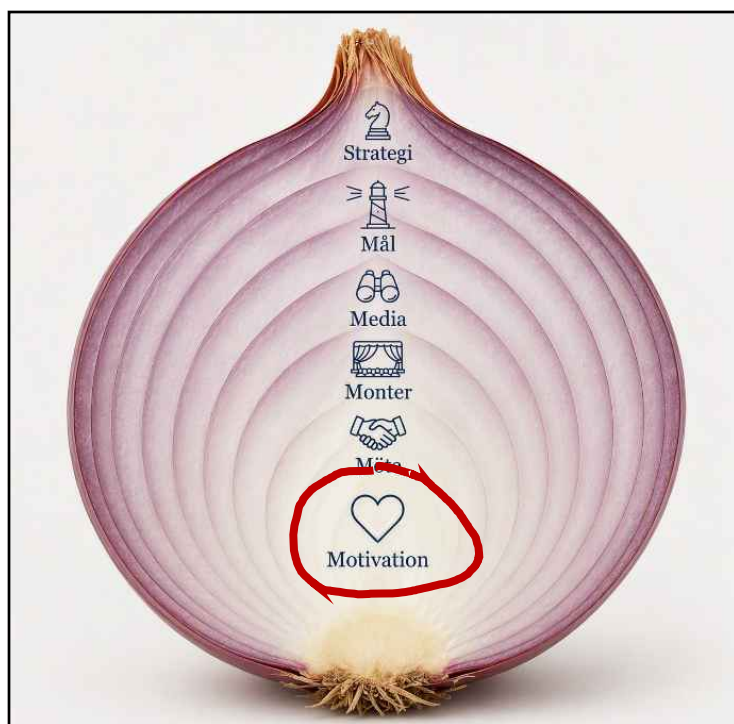
31



32

Vilka är våra olika nästa steg på relationen?

33



34

5M

MOTIVATION



Kundorienterade

Innovativa

Uppstickare

Aktiva

Trygga

Störst

En ovan och jobbig arbetsplats!

Snuttefilar

- Mobilen
- Internmöten
- Pratar läääääänge med kända besökare
- Egna aktiviteter i montern
- Pratar om det man känner sig hemma med (inte vad besökaren vill veta)
- Försvarsattityder (fanns inga intressanta besökare på mässan)

35



VI SKAPAR
BALANS

BALANS
FÖR HELHETEN

HJÄRNAN

HJÄRTAT

KROPPEN

36

MÄSS TUR = FÖRBEREDELSE + TRÄNING

37



TRE
Tips att ta med sig

1. Sänd ut tydliga signaler som leder till målen!
2. Använd sociala medier för att utvidga kommunikationslinjen före, under och efter mässan.
3. Se till att de som skall ARBETA i montern har rätt förutsättningar för att kunna göra ett bra arbete på mässan.

38



39



40



"Vi är inte i kaffebranschen och säljer till människor.
Vi är i människobranschen och säljer kaffe."
HOWARD SCHULTZ, CEO STARBUCKS

MÄNNISKO BRANSCHEN

PRODUKTER ERÖVRAR HJÄRNOR
MÄNNISKOR ERÖVRAR HJÄRTAN

41





Camilla Grönbladh
Marknadsföringsproffs |
Kommunikation som gör skillnad | Wo...




Mikael Jansson
CEO Fairlink, föreläsare och författare



Häng med oss!

42

fairlink

VI SÄTTER VÄRDE PÅ MÄSSOR
SEDAN 1986

NORDENS STÖRSTA ANALYS OCH
UTBILDNINGSFÖRETAG INOM
MÄSSBRANSCHEN

WWW.FAIRLINK.SE
TEL +46 70 744 29 70
ELMIAVÄGEN 11, 554 54 JÖNKÖPING

43