



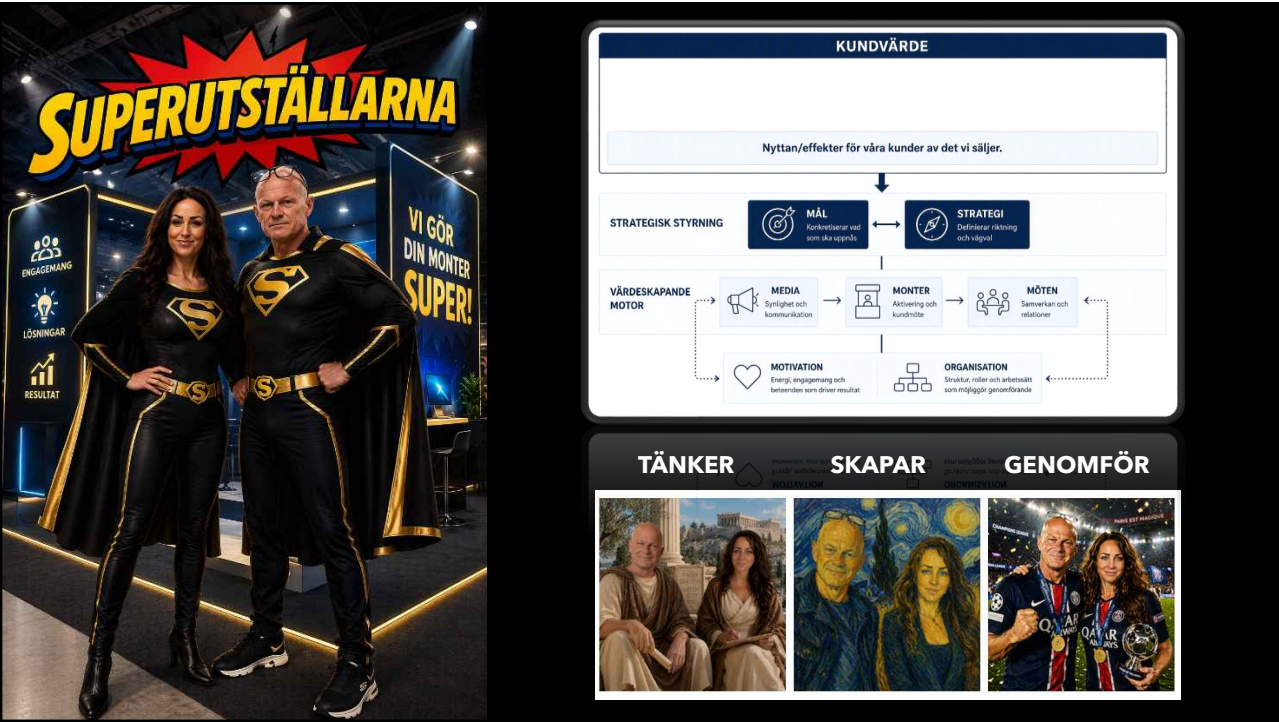
1



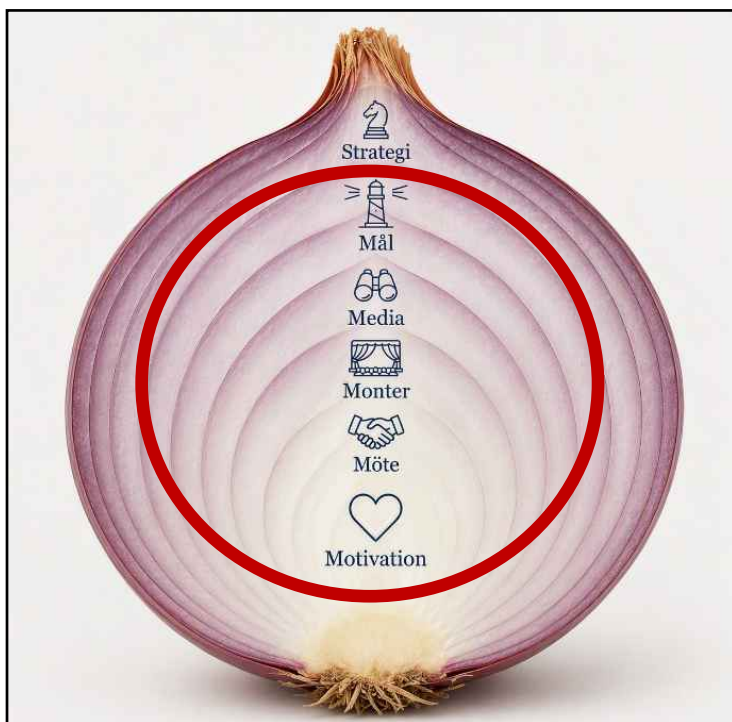
2



3

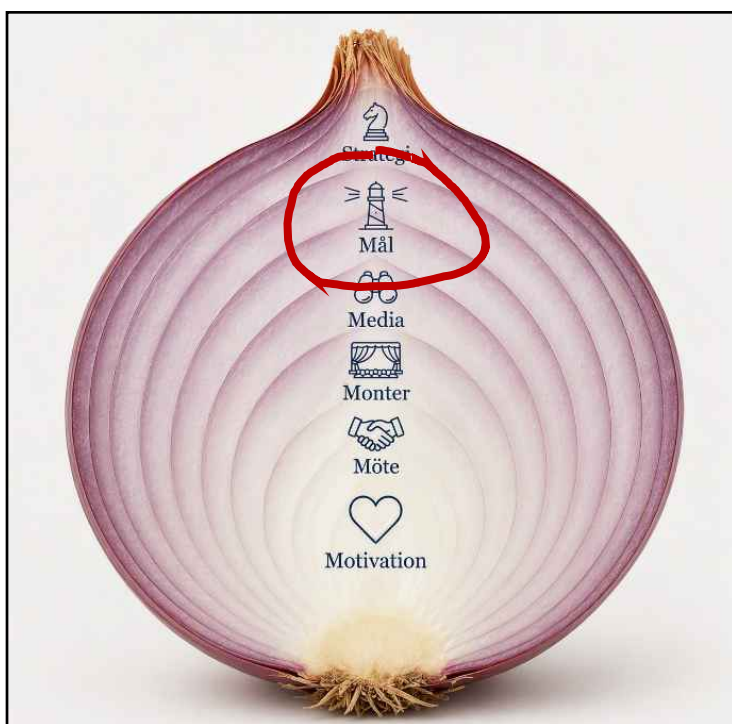


4



5M

5



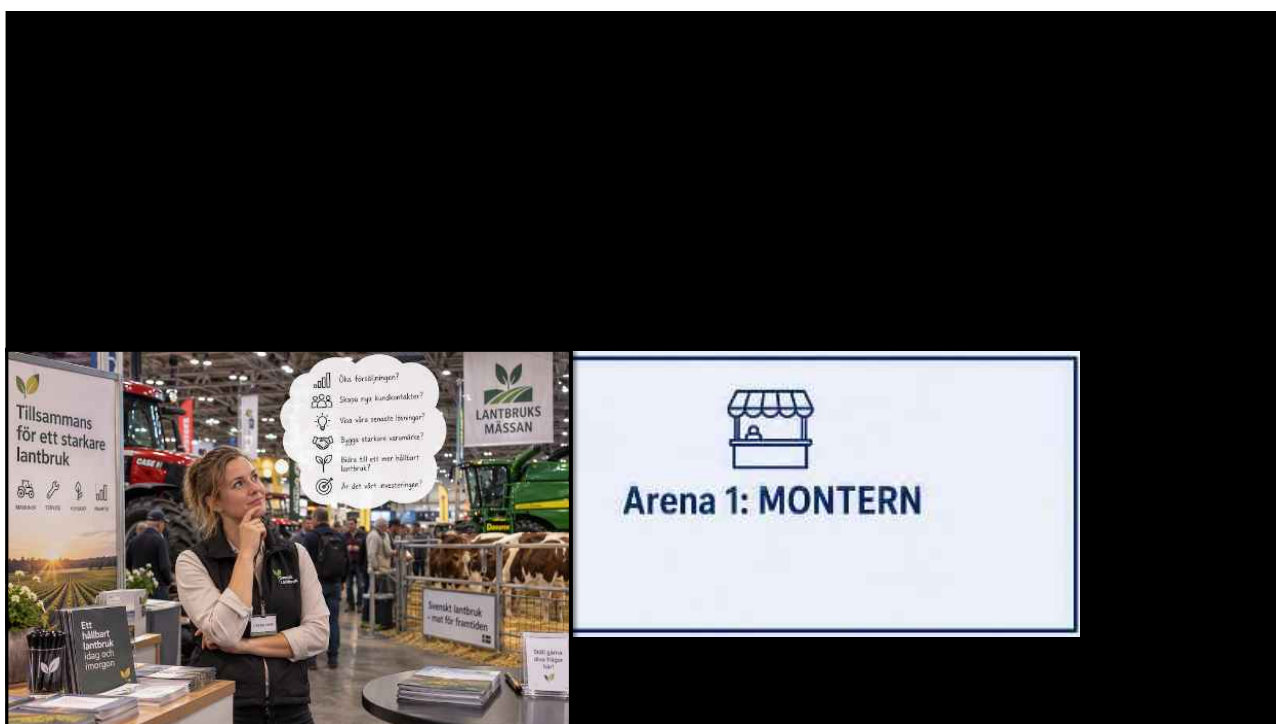
1M

MÅL

6



7



8



9



10



11



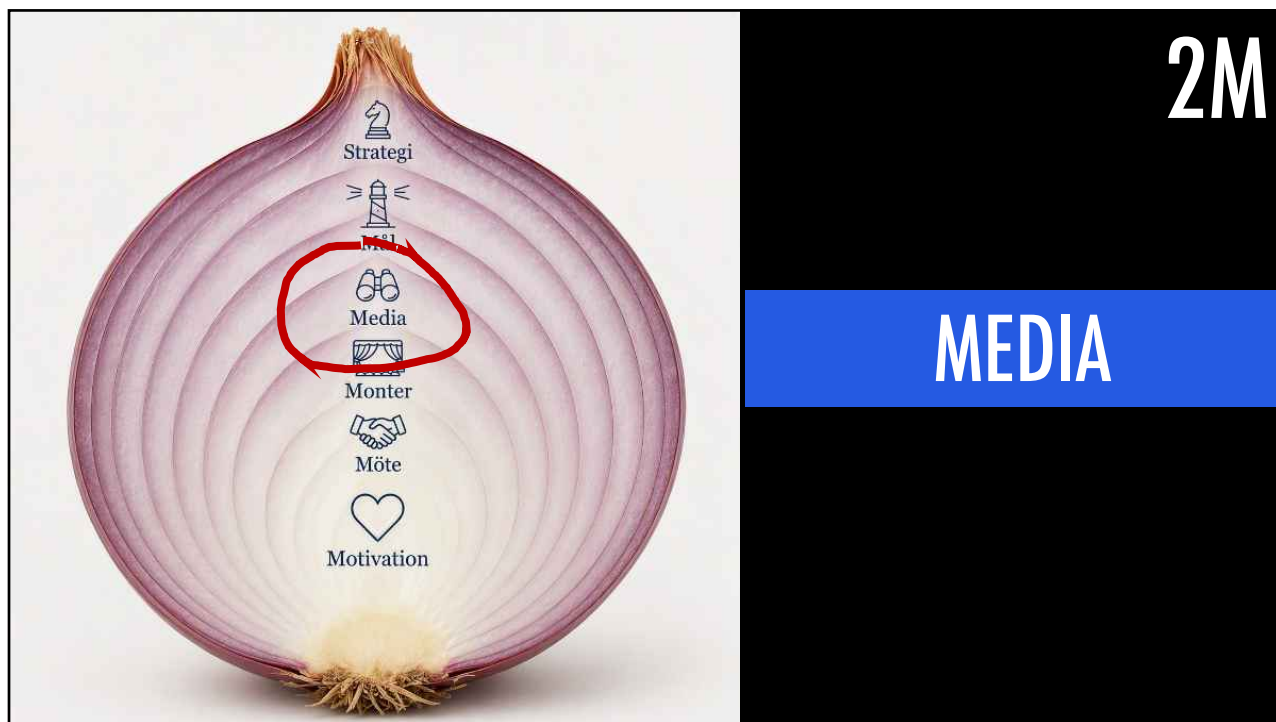
12



13



14



15



16

Räckvidd

Börjar prata

Håller igång en dialog

Teaser

FÖRE MÄSSAN

1 Bygg tidig uppmärksamhet
Skapa kännedom och förväntan för att driva intresse före mässan.

2 Maximera effekten på plats
Mässlokalen är där uppmärksamheten är som högst – leverera en stark mässmonter för att engagera och konvertera.

06:57 BUDI AUKTIONER
Vi ses på Elmia Lastbil 19-22 augusti!
Det är något visst med samlagen på Elmia, och för oss på Budi är mässan en av årets absolut viktigaste. Framför allt för att vi får ställa oss inför de senaste utvecklingarna i branschen.
Mellan den 19 och 22 augusti står vår monter öppen. Vi bjuder på god drink, avslappnad fik och god omvårdnad. Vårt gäng på plats ser verkligen fram emot att ta en paus i mässmonterns tillvaron med dig – såvitt om du vill svenska branschen, ställa frågor om våra tjänster eller bara stanna till och säga hej.
Under dagarna kommer vi även att ha:
- Tävlingar med schyssta priser på spel.
- Vår välrenommerade, där du kan lägga ett bud och samtidigt vara med och göra skillnad på riktigt.
Kika förbi oss, ta något gott att dricka och lands en stund. Vi ser fram emot att möta några fina dagar i Jönköping tillsammans!
<https://link.inpage3DE50>

06:58 Nontby
Preparations are in full swing for Elmia Lastbil!
We're getting our stand (B0228) ready for a few days filled with conversations, inspiration and plenty of hands on action.
Come by and talk to us about vehicle branding, graphics, sustainable and functional film solutions, and how smart project management can make fleet rollouts run smoothly.
And while you're there, you can:
- Challenge us in a game of cornhole
- PPT and PWD demonstrations, learn how smart safety films protect the paint
- Try your hand at application and get a feel for the craft yourself!
We're looking forward to meet everyone curious!
#elmialastbil #elmia #vehiclegraphics #branding #brandplot #projectmanagement
Visa överläggning

11:40 Elmia Lastbil
kul för oss från Volvo. I är egentligen
Vi välkomnar i samma monter!

13:20 Envodiam
Redo för total zen på Elmia Lastbil?
Vi syns i monter D0235.
#elmia #elmialastbil

Esatto
1:21 följare
#elmialastbil #elmia #vehiclegraphics #branding #brandplot #projectmanagement

Euromaster Sverige
Skoldag på Elmia Lastbil!
I dag ser vi extra mycket fram emot att träffa framtidens...

17

Personliga profiler får 63% högre engagemang och 237% fler kommentarer än företagssidor.

Live-rapportering

MÄSSLOKALEN

MÄSSMONTERN

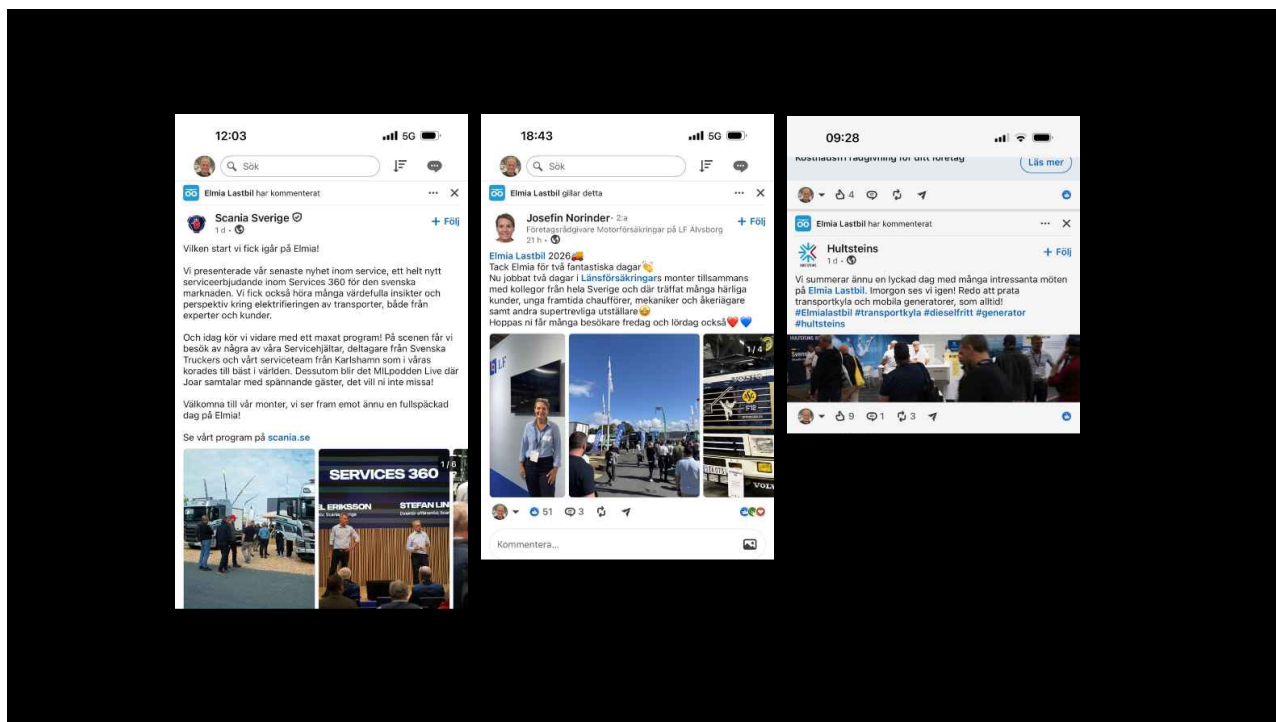
UNDER MÄSSAN

2 Maximera effekten på plats
Mässlokalen är där uppmärksamheten är som högst – leverera en stark mässmonter för att engagera och konvertera.

Håll det enkelt!
To en grupp bild & en selfie

UTSE EN KOMMUNIKATIONSANSVARIG

18



19

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

”

20

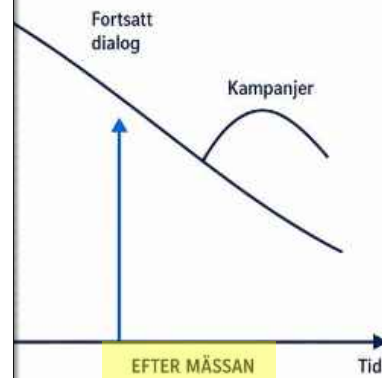
SCHUNK summerar Elmia: personliga möten driver industrins utveckling

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 framtidssäkras.

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.



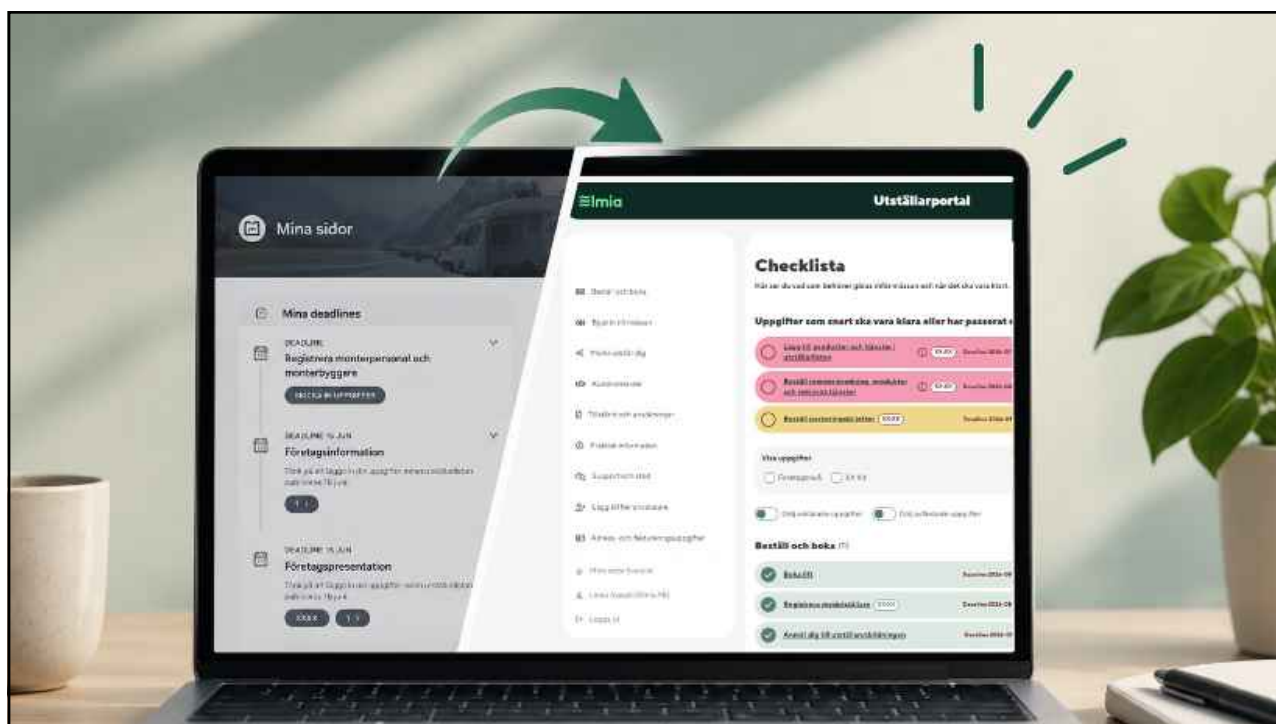
3

Förläng och förstärk effekten

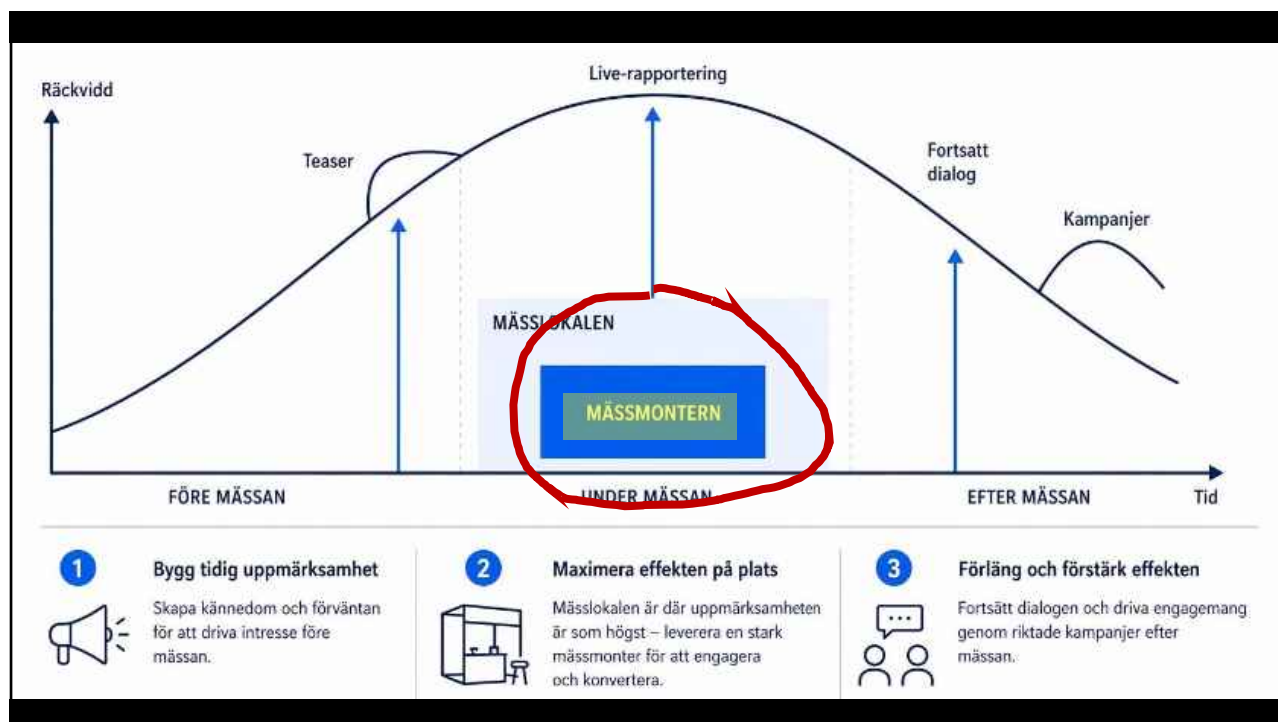


Fortsätt dialogen och driva engagemang genom riktade kampanjer efter mässan.

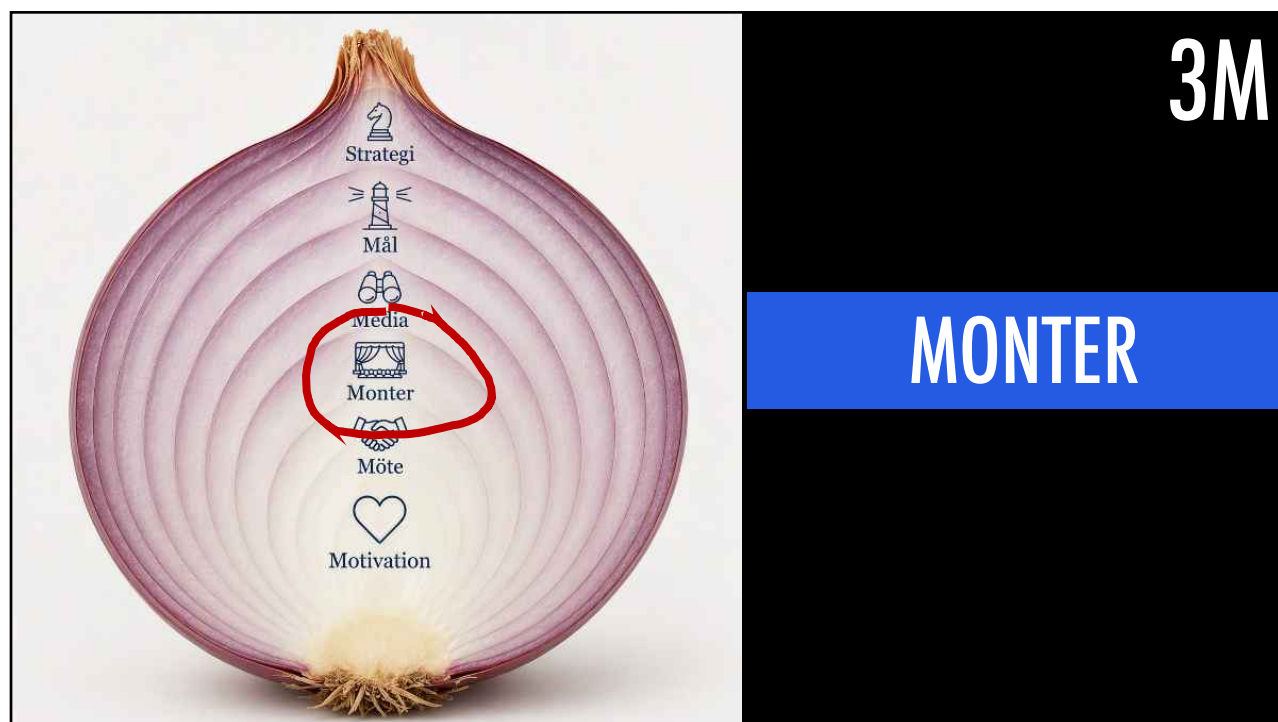
21



22



23



24



25



fairlink 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?

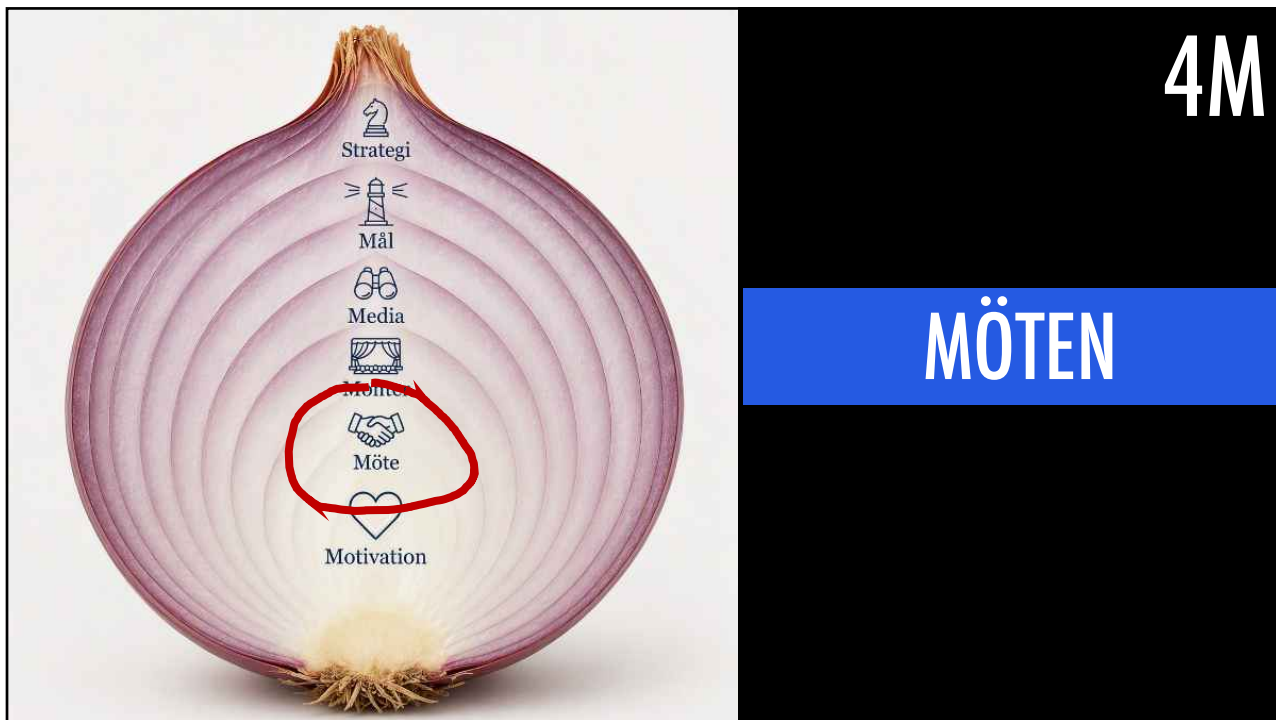
26



27



28



29

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

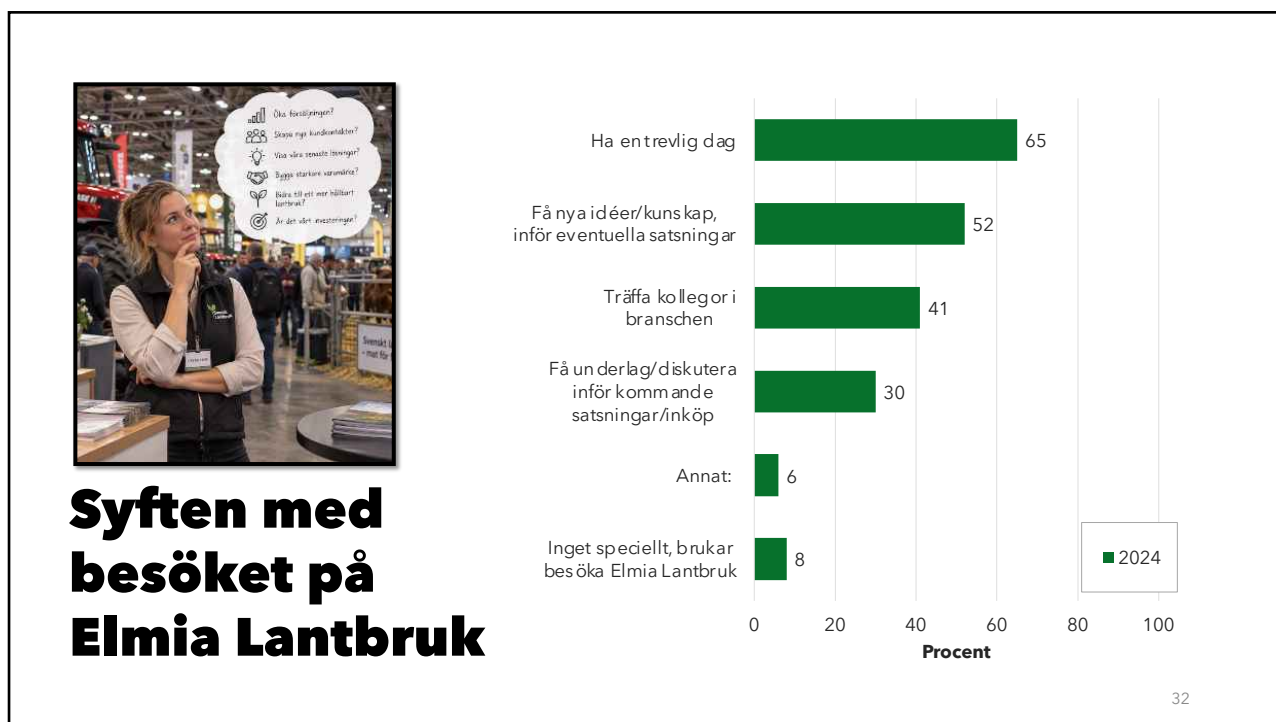
30

ATT SE MÄNNISKAN BAKOM NAMNSKYLLEN

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?

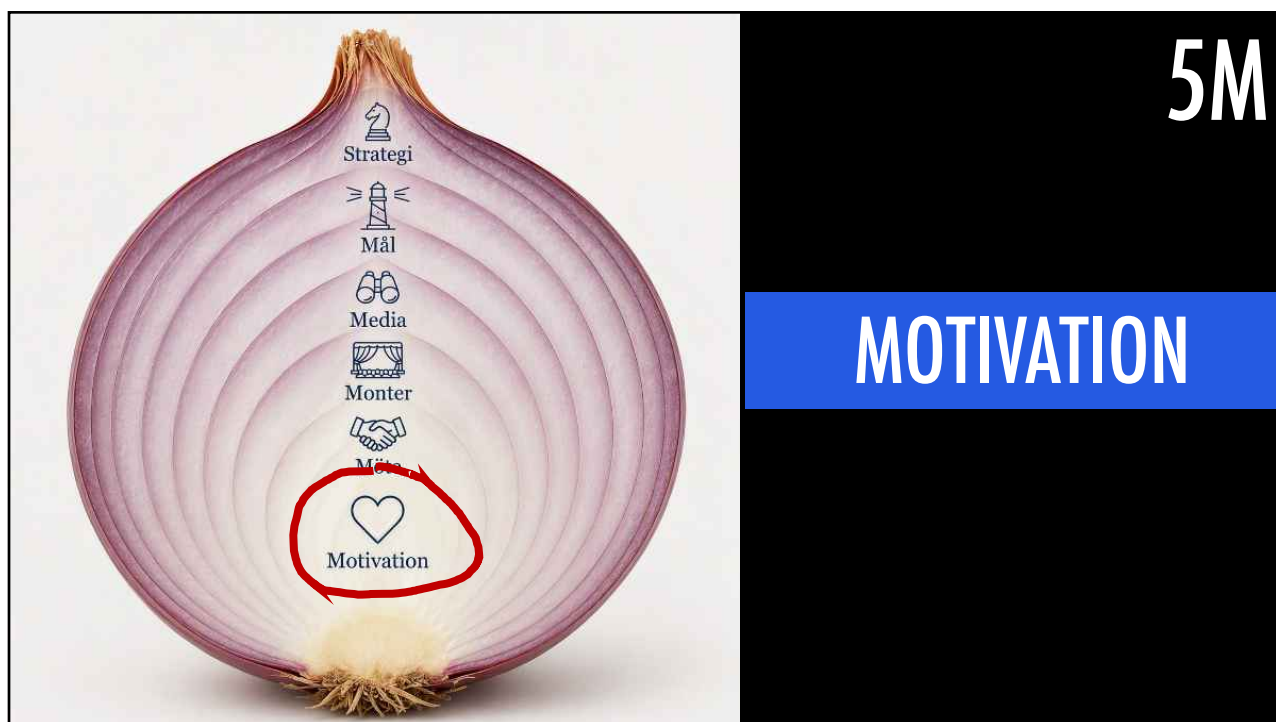
31



32



33



34



Kundorienterade

Innovativa

Uppstickare

Trygga

Aktiva

Störst

En ovan och jobbig arbetsplats!

Snuttefilar

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

35



BÄTTRE LAGAR BYGGER STARKARE SVERIGE

STARKARE TILLSAMMANS FÖR ETT HÅLLBART LANTBRUK

LANTBRUKS MÄSSAN

FRAMTIDENS MAT

LEVANDE BYGGER

HÅLLBARA MARKER

MAT MARK MÄNNISKOR MÖJLIGHETER

HÄLSA
LAGANDA
HÅLLBARHET
FRAMTID

STARKA LAG ODLAR FRAMTIDEN

MÄSS TUR = FÖRBEREDELSE + TRÄNING

36



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