

---

## Grundgedanken zu den Messezielen

- Warum beteiligen wir uns an dieser Messe?
- Welche Erwartungen haben wir?
- Warum kommen Besucher auf unseren Stand?
- Was bieten wir?
- Trifft unser Angebot die Erwartungen und Anforderungen der Kunden / Interessenten?
- Welchen Kundennutzen bieten wir - ganz exakt - an?
- Wodurch unterscheiden wir uns dabei vom Wettbewerb?
- Wenn das Wettbewerbsangebot gleich ist, warum soll der Kunde / Interessent bei uns kaufen?

Aus der Sicht des Kunden / Interessenten:

- Wären diese Argumente für mich ausschlaggebend??
- Lässt sich dieses Argument verstärken?
  
- Wie lassen sich unsere Angebotsvorteile darstellen, damit sie schnell und klar erfasst werden?
- Trägt unser Messemotto dazu mit einer ganz konkreten Aussage bei?
- Welche Multiplikatoren können wir einsetzen?
- Wie müssen unsere Informationsunterlagen aussehen, damit Kunden / Interessenten schnell ihre Vorteile erkennen?
- Können wir ein eindeutiges Messeziel formulieren?
- Wie lassen sich alle Maßnahmen auf dieses Messeziel ausrichten?
- Wie erreichen wir, dass jeder Standmitarbeiter das Messeziel kennt und sich dafür einsetzt?
- Welche Maßnahmen planen wir, sodass auch die Nachmessearbeit am Messeziel ausgerichtet ist?
- Ist gesichert, dass alle zusätzlichen und ergänzenden Vorschläge während der Messenvorbereitung nur akzeptiert werden können, wenn sie sich einwandfrei in das Messeziel integrieren lassen?
- Warum muss die Formulierung des Messeziels länger als fünf Sätze sein, wenn unsere Angebotsvorteile und der Kundennutzen auf Anhieb zu erkennen sind