

Näin onnistut näyttelyssä





Tavoitteet ja niiden seuranta

- Luo näyttelylle selkeät ja mitattavat tavoitteet
 - Esim. 100 liidiä kahdelta näyttelypäivältä
- Kommunikoி selkeästi ja jaa tavoitteet osastollanne oleville edustajille etukäteen
 - Voitte ideoida tavoitteita yhdessä messuporukan kanssa -> tämä sitouttaa porukkaa ja luo me-henkeä
- Mitä konkreettisempia tavoitteita, sitä helpompi niistä on viestiä ja niiden toteutumista on seurata
 - Esim. Maija hankkii 40 liidiä ensimmäisenä päivänä ja 25 liidiä toisena päivänä. Matti hankkii 35 ensimmäisenä päivänä ja 20 toisena päivänä.
- Seuratkaa tavoitteen toteutumista
 - Jos teillä on liidiskanneri, voitte tehdä tämän itse sovelluksessa
 - Muussa tapauksessa voitte pitää esimerkiksi tukkimiehen kirjanpitoa

Ennakkomarkkinointi

- Kerro asiakkaillesi, että olet Isännöintipäivillä (viestillä, somessa, nettisivuillanne, sähköpostiallekirjoituksessasi jne.)
- Jos tiedät jo, mitä osastollasi on (esim. jokin tarjottava ruoka/juoma, jokin houkutin), voit kertoa tästä jo ennakkomarkkinoinnissa
- Jos teillä on jaettavaa tavaraa osastolla (esim. heijasti), voit kertoa asiasta jo ennakkoon ”Tule hakemaan valoa syksyn pimeyteen osastoltamme nn!”
- Voit ladata [”Olemme mukana Isännöintipäivillä” – tarran täältä](#)
- Voit ladata Isännöintipäivien [logon sähköpostiallekirjoituksen sopivassa koossa täältä.](#)
- Voit ladata Isännöintipäivien [logon pdf-muodossa täältä.](#)
- [Muuta markkinointimateriaalia kuten eri kokoisia logoja ja kuvia, löydät näytteilleasettajille täältä.](#)





Hyvä messuporukka

- Valitkaa messuilevimmät henkilöt mukaan!
- Hyvä messuporukka luo hyvän fiiliksen tuloksen tekoon koko näyttelyajaksi
 - Onko esimerkiksi teidän aspanne erityisen ulospäinsuuntautunut? Kannattaisiko hänet ottaa mukaan messuille?
- Miettikää, haluatteko käyttää ostettuja promootoreita
- Hyvällä draivilla näyttelyssä päivystäminen vie energiaa
- Aikatauluttakaa messuporukan paikallaolo
 - Esim. Maija ja Matti ovat paikalla ke, Paula ja Pekka ovat paikalla to



Valmistautuminen

- Tiivistä perussanoma ”hissipuheeksi”
- Sovi yhdessä, miten kontaktit kirjataan
- Messuhenkilöstön info ja hyvä messuhenki!
- Harjoittele hissipuhe
- Paras tapa jäädä kävijän/asiakkaan mieleen on kuunnella ja olla läsnä
 - Kysele tarkentavia kysymyksiä kävijän tarpeista ja kiinnostuksista
 - Valmistele pari peruskysymystä jo valmiiksi
 - Pidä kysymykset avoimina
- Hyödynnä apuvälineitä (esim. liidiskanneri)

Houkutin osastolle

- Hankkikaa osastollenne jokin houkutin
 - Jos osastollanne on pelkkää ”asiasomistetta”, miten erotutte naapuriosastosta?
- Kaikki, mikä ”ei kuulu” messuympäristöön, kiinnittää ohikulkijan huomion
 - Yllättävyys kiinnostaa aina: ”Heeei tuo ei kuulu normiosastolle! Mikä se on?”
 - Mieti omalle kohdallesi: Millainen houkutin saisi sinut pysähtymään messuosastolle, jos olisit vierailijana?
- Ruoka ja juoma houkuttavat aina
- Houkutin ei ole budjettisidonnainen
 - Tarratikkataulun saa alle kympillä
- Jos haluatte erottua myös osastonne ulkopuolella, tiimiasu on hyvä vaihtoehto





Oma aktiivisuus messuilla

- Messuporukkanne aktiivisuus vaikuttaa eniten tavoitteidenne saavuttamiseen
- Mitä selkeämmät ja mitattavammat tavoitteet teillä on messuporukkalenne, sitä helpompaa niitä on lähteä saavuttamaan ja ylittämään
- Älä piiloudu osaston takanurkkaan, vaan jalkaudu rohkeasti osaston eteen tai käytävälle
- Lähesty asiakasta kiinnostuneena, ole hänelle kuuntelija
- Ette ole mitenkään sidottuja osaston seinien sisään
 - Keskusteluja voi aloittaa käytävillä, buffet-pisteillä tai baaritiskillä!
- Jos tarvitset tauon, näytteilleasettajien taukotila on käytössänne
- Olkaa aktiivisia! Aktiivisuus ja tavoitteellisuus tuo tuloksia näyttelyssä

Eniten laukovat tekevät myös eniten maaleja

- Isännöintipäivien palautteen perusteella yrityksen edustajien aktiivisuus korreloi suoraan yrityksen tyytyväisyyteen Isännöintipäivien näyttelyyn
 - Mitä aktiivisempia yrityksen edustajat ovat näyttelyssä, sitä enemmän he saavat kohtauksia
 - Mitä enemmän kohtauksia yritys saa, sitä tyytyväisempi yritys on Isännöintipäivien näyttelyyn osallistumiseen
- Suomeksi: mitä enemmän omaa aktiivisuutta = sitä enemmän vastinetta rahalle
 - Hyvä tiimitsemppi siis päälle!





Kuuntele asiakasta

- Olkaa aidosti kiinnostuneita isännöitsijöistä
 - Isännöitsijän työ on vaativaa ja jokseenkin yksinäistä
 - Isännöitsijä kaipaa kuuntelijaa, juttukaveria, tukea
 - Ole tuki isännöinnille omalla asiantuntijuusalueellasi!
 - Ole ensisijassa ihminen ihmiselle, vasta toissijaisesti myyjä asiakkaalle
- Luo yhteys jollain, esim. mukavilla jutteilulla. Lopulta keskustelu menee siihen, että asiakas kysyy ”Mitäs teidän firma tekikään?”
- Pitkän yhteistyön siemen voidaan kylvää kohtaamisessa Isännöintipäivien näyttelyssä!

Pelillistäminen

- Tee messuilusta peliä!
- Messuedustajanne ovat todennäköisesti kilpailuhenkisiä -> Käytä tätä hyödyksi!
- Voitte tehdä minikisoja näyttelyn aikana esim.
 - Kuka hankkii eniten liidejä ensimmäisenä päivänä/toisena päivänä
 - Kaikki hankkivat 10 liidiä seuraavan tunnin aikana
 - Eniten liidejä seuraavan 15 minuutin aikana ympäri näyttelyä kerännyt henkilö
 - Päivän ensimmäisen liidin kerännyt henkilö
 - Illan viimeisen liidin kerännyt henkilö
- Pelkkä keskinäinen kilpailu voi riittää, mutta pieni palkinto buustaa yrittämään
- Aktiivisuus ja hauskanpito tuo hyvää messufiilistä!



Jälkimarkkinointi

- Miettikää ja valmistelkaa etukäteen, mitä tapahtuu näyttelyn jälkeen
 - Viestit ja materiaali kannattaa tehdä valmiiksi ennen tapahtumaa, jotta niitä voi lähettää heti tapahtuman jälkeen osallistujille
 - Esim. kiitoskirje/-viesti osastosi kävijöille
- Varaa kalenterista aikaa jälkimarkkinoinnille ja yhteydenotoille jo etukäteen
 - Ota yhteyttä kaikkiin vierailijoihin, joiden kanssa keskustelit – toimita ne tiedot mitä lupasit
- Sopikaa jo etukäteen sisäinen palaveri, jossa käytte läpi tavoitteet ja miten ne saavutettiin
- Kirjaa ylös kehittämissideat ja arvioi osastolla saatu kävijäpalaute
- Kerro messutunnelmista kanavissasi– näin osallistumisesi elää pidempään





Boostaa messuiluonne!

- Ottakaa messuilevimmat ja ulospäin suuntautuneimmat henkilönne mukaan!
 - Asiapentit osaavat kertoa palveluistanne, mutta sopisiko ”sisäänheittäjäksi” joku muukin?
- Yllättävä houkutin osastolla kiinnittää ohikulkijoiden huomion
 - Mitä erikoisempaa, sen parempi
- Osastotarjoilut ovat erinomainen tapa houkutella kävijöitä ständillenne
 - Erottukaan tarjoiluilla! Jos 10 vierekkäisellä osastolla on Geisha-karkkeja, lakupatukat erottuvat!
- Yksi tai pari isompaa katseenvangitsijaa luo näyttävämmän ilmeen kuin pienet somisteet
- Kerää liidit talteen varmasti ja helposti liidiskannerin avulla
 - Liidiskannauksessa osallistujan ei tarvitse olla mitenkään aktiivinen (esim. täyttää lomaketta), jolloin liidien kerääminen on varmempaa ja nopeampaa

Pähkinäkuoressa

- Kerro asiakkaillesi etukäteen, että olette mukana Isännöintipäivillä
- Miettikää tapahtumalle tavoitteet ja mittarit niiden mittaamiseen
- Viestikää tavoite selkeästi messuedustajille
- Valitkaa oikeat henkilöt messuille
- Luokaa tiimihenkeä ja lähtekää yhdessä saavuttamaan tavoitteita!
- Suunnitelkaa osastolle jokin houkutin (esim. aktiviteetti) ja muistakaa tärkein sanomanne
- Muistakaa myös jalkautua tapahtumaan osastonne ulkopuolelle
- Pelillistäkää messuilua
- Tavoitteen toteutumisen seuraaminen jo messujen aikana (esim. liidiskannerin kautta)
- **Olkaa aktiivisia!**





**Aktiivisella
messuilulla ja
hyvällä
tiimihengellä
teette tulosta!**