



Gelszus Messe-Marktforschung

| Messen verstehen



GMM Forschungs-Tools für Aussteller

Mehr Planungssicherheit und
neue Ansätze für Ihre Messestrategie



Messe-Wirkungskontrolle – Grundlage für erfolgreiche Messekonzepte

Für die zielgerichtete Planung und Steuerung Ihrer Messeaktivitäten benötigen Sie eine fundierte und aussagefähige Datenbasis. Das Thema Messeeffizienz gewinnt stetig an Relevanz. Deshalb sind objektive Belege für die Wirkung von Messebeteiligungen verstärkt gefragt.

Ferner sind aus konzeptioneller Sicht Informationen über die Besucherschaft, ihr Verhalten und ihre Einschätzung des aktuellen Auftritts von wesentlicher Bedeutung, um Ihre Messepräsentation überzeugend positionieren und zielgruppengerecht gestalten zu können.

Vielfältige Instrumente – individuell einsetzbar

Gemeinsam mit Ihnen wählen wir das für Ihre individuelle Fragestellung passende Vorgehen aus.

Unser Leistungsspektrum reicht von speziellen Einzeluntersuchungen bis hin zu komplexen messeübergreifenden – auch internationalen – Vergleichsstudien.

Stand-Pretest

Gibt schon in der Planungsphase Einblicke in Besucher-Anforderungen; z.B. Focus-Gruppen mit Messebesuchern unter Einbezug vorhandener Grafiken, Info-Screens, Texttafeln, Standmodellen und 3D-Animationen.

Standbesucherbefragung

Analysiert die Struktur Ihrer Standbesucher und evaluiert umfassend die Wirkung Ihres Standes: Besuchsverhalten (Ziele/Interessen), Zufriedenheit generell und im Detail (Design, Übersicht etc.), Kommunikationsqualität (Informationen und Standpersonal), Imagewirkung, 'Outcome' (=verhaltensrelevante Effekte), Benchmarks.

Frequenzmessung

Die Gesamtbesucherzahl ist eine objektive Erfolgsgröße und Basis für Kennziffern (Kosten je Kontakt o.ä.). Eine Differenzierung nach Eintrittszonen, Tageszeiten und Messetagen hilft bei der Personaleinsatzplanung und Platzierung bestimmter Standelemente.

Nachbefragung

Liefert eine Besuchsbewertung mit Abstand betrachtet bzw. analysiert die Nachhaltigkeit der Besuchswirkung, insbesondere der Kommunikationsleistung. Interessant sind z.B. auch Vergleiche zum Wettbewerb. Die Nachbefragung ist zudem das geeignete Instrument zur Prüfung Ihrer Messenacharbeit.

Zentrale Erfolgsfaktoren – definieren und analysieren

Die professionelle Durchführung von Marktforschungsmaßnahmen versetzt Sie in die Lage, Ihren Messeerfolg differenziert zu überprüfen. Für jedes Erfolgselement können spezielle Tools der Messe-Wirkungskontrolle die Zielerreichung nachweisen – jeweils angepasst an messe- bzw. unternehmensindividuelle Anforderungen.

Ein erfolgreicher Messeauftritt

- erreicht die 'richtigen' Besucher (Standbesucherbefragung)
- in der gewünschten Quantität (Frequenzmessung)
- überzeugt diese vor Ort vom Unternehmen, seinen Produkten sowie Services und (Standbesucherbefragung)
- erzielt eine nachhaltige Wirkung. (Nachbefragung)

Selbstverständlich können Sie wahlweise nur einzelne Bausteine einsetzen – oder Sie ergänzen dieses Basiskonzept um weitere Instrumente, die Aufschluss über Wettbewerber, Ansichten Ihrer Standmitarbeiter oder zusätzliche Einblicke in das Besucherverhalten bieten.

Stand- und Wettbewerbsexpertise

Anhand ausgewählter Kriterien werden Ihr Stand sowie relevante Wettbewerberstände aus neutraler Sicht systematisch beobachtet und verglichen. Recherchiertes Informationsmaterial zu Produkten, eventuell Presse-mappen sowie Fotos der Stände runden die Begutachtung ab.

Visitor Tracking (Wegeanalyse)

Verdeutlicht die Besucherströme auf Ihrem Stand. Zeigt auf, welche Bereiche/Exponate auf besonders großes/geringes Interesse stoßen, wo es ungenutzte Standflächen oder Barrieren für den Besucherfluss gibt und ob Standelemente, z.B. die Info-Theke, richtig platziert sind.

Mystery Visits

Dienen der Analyse der Kontaktqualität. Anhand im Vorfeld festgelegter Kriterien und Themen gibt der Mystery Visitor ein konkretes Interesse vor und beurteilt Form und Inhalt des Gesprächs auf Ihrem eigenen Stand sowie bei Bedarf auf ausgewählten Wettbewerberständen.

Accompanied Visits

Der Focus liegt auf spontanen Besuchseindrücken, Empfindungen und Gedanken der Besucher beim Standrundgang, die von geschulten Begleitern aufgezeichnet werden (Mikrofonaufnahmen möglich). Qualitatives Verfahren, aus der PoS-Forschung adaptiert.

Teambefragung

Ermittelt z.B. den Grad der Motivation oder die Bewertung des Organisationsablaufes. Untersucht die gestellten Anforderungen bei der Beratung aus Sicht Ihrer Mitarbeiter und sammelt systematisch das Feedback, das Besucher an Ihr Personal richten.

Messe-Bus

Ihre Fragen werden in die repräsentative Besucherbefragung des Veranstalters integriert (kooperierende Messeplätze auf Anfrage). Die Befragung erfolgt also auf 'neutralem Boden'. Bietet sich bei Einzelfragen, übergreifenden Fragestellungen (z.B. zur Branche) oder zur Ermittlung von Benchmarks an.



Referenzen

Die Gelszus Messe-Marktforschung GmbH ist das größte Spezialinstitut für Messe- und Veranstaltungs-Marktforschung in Deutschland. Die Erfahrung aus über 3.000 Projekten und der Einsatz modernster Technik (z.B. bei der Durchführung computergestützter Befragungen) bieten uns den Hintergrund zur Entwicklung fundierter Erhebungs- und Analysekonzepte für die verschiedensten Branchen.

Folgende Unternehmen nutzen unsere Leistungsfähigkeit bereits (Auswahl):

Alfa Laval	Deutsche Bank	Philips
Avaya	E.ON	Phoenix Contact
BASF	E-Plus	Siemens
Bayer	Lufthansa	Sony
DaimlerChrysler	MAN	Sony Ericsson
DAK	N-ERGIE	VW (Marke und Konzern)
Deutsche Bahn	Peugeot	Xerox



Kontakt

Gelszus Messe-Marktforschung GmbH

Uhlandstraße 68
D-22087 Hamburg

Telefon: 040 / 25 158 - 154

Fax: 040 / 25 158 - 155

E-Mail: gmmhh@gelszus.de

Internet: www.gelszus.de

Wir informieren Sie gern ausführlich oder erstellen Ihnen einen unverbindlichen Konzeptvorschlag für Ihre individuellen Wünsche und Anforderungen.

Ihre Ansprechpartner:

Ira Meißner (Geschäftsführerin)
imeissner@gelszus.de

Silja Eckert
seckert@gelszus.de