



Så sticker du ut i vimlet

MONTERN GÖR MÄSSAN

Att delta på mässor är ett bra sätt att visa upp sitt företag, marknadsföra produkter och skapa nya kundkontakter. Men hur gör man för att verkligen synas i vimlet på en mässa? En genomtänkt, anpassad och annorlunda monter är det viktigaste verktyget. VVS-Företagen har förberett sig väl inför Nordbygg 23-26 mars i Stockholm.

Text: Susanne Mattsson **Foto:** Susanne Mattsson och Expoplus

VVS-Företagen är en branschorganisation som ser stora fördelar med att visa upp sig på fackmässan Nordbygg, som i år äger rum 23-26 mars i Stockholm.

– Det är viktigt för oss att synas på Nordbygg och därför vill vi sticka ut. Vi har valt en hemtrevlig, ombonad stil och har inrett montern med mysiga möbler, mattor och tapeter. Vi kommer också att bjuda på korv

och Pucko, samt ha pilkastningstävling, berättar Charlotte Steen, pressansvarig på VVS-Företagen.

Enligt Charlotte Steen är det viktigt att vara väl förberedd. Det gäller även personalen som ska stå i montern.

– Representanterna måste vara aktiva i montern, locka in folk och veta vad de ska prata om. Man har inte många sekunder på sig att få ut sitt budskap. Därför har vi alltid ett upptaktsmöte innan mässan där vi förbereder personalen.

MONTERN – EN STABIL BAS

För ett företag som beslutat sig att ställa ut på en mässa finns både pengar att spara och uppmärksamhet att vinna genom att förbereda sig väl. Med en genomtänkt monter, ►



Ett urval av montrar som Expoplus har skapat för olika mässor.

- som är anpassad efter de produkter man vill visa och som speglar företagets profil, har man en stabil bas.

Men allra först måste man ha syftet klart för sig. Varför ställer man ut på mässan? Är det för att hitta nya kunder, underhålla befintliga kontakter eller för att lansera någon nyhet?

– Inget uppdrag är det andra likt. Hur montern ska utformas beror på kundens produkter, profil, förutsättningar och önskemål. Det är bara fantasin och budgeten som sätter gränserna, säger Vivianne Ohlsson, som är projektledare på Expoplus i Bromma, ett av de företag som designar och bygger mässmontrar åt kunder.

Expoplus erbjuder hjälp med allt från golv till tak, alltså en komplett lösning som även inkluderar möbler, belysning, teknik, catering, presenter, växter med mera.

– När våra kunder kommer till oss har de ofta ingen idé om hur deras monter ska se ut. Men när vi får veta förutsättningarna

skissar vi på ett förslag utifrån kundens budget. Det är bra om kunden är ute i god tid, helst två till fyra månader i förväg.

STICK UT MED FÄRG

Enligt Vivianne Ohlsson är det viktigt att montern speglar företagets profil. Vill man exempelvis signalera en sober och lugn attityd, varm och ombonad eller en wild and crazy? Sedan måste montern naturligtvis rymma de produkter man vill visa upp för besökarna.

– Monterytan ska anpassas efter produkterna. Montern ska kännas luftig och öppen. Besökarna måste lätt kunna komma in i montern.

När man uppfyllt dessa grundläggande krav vill man gärna addera något som gör att man sticker ut, det lilla extra som gör att besökarna stannar till vid just din monter.

– Jag tycker det är kul om man vågar sticka ut med färger. Många företag är väldigt försiktiga, men ett enkelt sätt att skapa ef-

fekt är exempelvis att satsa på en färgstark matta, säger Vivianne Ohlsson.

Att utnyttja takhöjden är ett annat sätt att synas. Att hänga vepor i taket eller ha ballonger som flyger ovanför montern gör att man syns på långt håll.

AKTIVITETER DRAR FOLK

Aktiviteter av olika slag drar in folk i montern. Oavsett vilken bransch man tillhör så går det att hitta på olika happenings, det kan vara allt från tävlingar, till uppträdanden. Ljud och dofter skapar också uppmärksamhet. Porlande vatten, fågelkvitter eller doft av bullbak skapar trevliga upplevelser.

En trend som speglar både lågkonjunkturen och miljömedvetenheten är att många kunder väljer ett monterkoncept som går att återanvända. Det gäller både mobila displaysystem och platsbyggda snickarmontrar. De mobila systemen, som är mest lämpliga på lite mindre ytor, som finns som både diskar, tidningsställ och väggar, har smarta förvarings- och transportlösningar och byggs ihop av kunden själv.

– Om man är aktiv på många mässor eller andra evenemang är det väldigt praktiskt att ha färdiga displayer. Många företag tycker inte att det är ekonomiskt försvarbart att ta fram nya lösningar varje gång. Har man hittat ett vinnande koncept är det ju onödigt att uppfinna hjulet igen. ■



Vivianne Ohlsson, projektledare på Expoplus i Bromma.

Monter | Tips

Tänk noga igenom vad ni har för syfte med mässan.

Var ute i god tid, cirka 2-4 månader i förväg bör man ha på sig för att hinna producera allt montermaterial.

Monterytan ska vara anpassad efter produkterna man vill visa. Montern bör vara öppen luftig, och inbjudande.

Montern ska spegla företagets profil och framtoning i andra media.

Satsa på en stor snygg fondvägg med bild och kort text som tillsammans skapar uppmärksamhet.

Bra belysning är viktigt. Ta hellre till mer ljus än du tror är nödvändigt. En mässhall suger mycket ljus.

Mobila displayer kan med fördel användas på mindre monterytor, dessutom kan de återanvändas i andra sammanhang.

Om man hittat ett bra koncept är det inte fel att återanvända det. Igenkänningsfaktorn är inte att förakta.

Se till att personalen i montern är förberedd och påläst.

Monter | Trender

Det hälsosamma temat tar över. Sega kolor och mintkarameller har ersatts av frukt. Kaffe byts ut mot fruktdrinkar.

Hårda golv har blivit mjuka. Ryamattor i olika färger är populärt.

Hellre snittblommor i olika arrangemang än gröna krukväxter.

Material som går att återanvända är kostnadseffektiva och miljövänliga.

