

# BEURSDRAAIBOEK

“De onmisbare checklist voor uw beursucces!”



*Enjoy your Results!*



## BEURSTRAINING NEDERLAND

Kijk op [www.beurstrainingnederland.nl](http://www.beurstrainingnederland.nl) voor meer informatie



# BEURSTRAINING NEDERLAND

## BEURSDRAAIBOEK

### Inhoud

1.	Inleiding	02
2.	Briefing standbouwer	03
2.1	Algemeen	03
2.2	Basisbriefing	04
3.	Budgetoverzicht	06
4.	Jaarplanning	07
5.	Checklisten	08
5.1	Interne communicatie	08
5.2	Bezoekerswerving	08
5.3	Standverzorging	08
5.4	Thuisfront	09
5.5	Transport	09
5.6	Afsluiting/afbouw	09
6.	Standinventaris	10
7.	Bestelformulier catering	11
8.	Training & instructies standbemanning	12
9.	Voorbeeld beursreglement	13
10.	Persvoorlichting	14
10.1	Checklist	14
10.2	Persberichten	14
10.3	Persconferentie	14
10.4	Perskamer	14
11.	Opvolging van leads, afspraken en nazorg beurs	15
11.1	Opvolging leads	15
11.2	Afspraken maken én nakomen	15
11.3	Nazorg beurs	15



## INLEIDING

Beurzen en tentoonstellingen vormen samen met advertenties, direct mailings en vertegenwoordigersbezoek de belangrijkste informatiebronnen voor gebruikers van professionele en producten en diensten. Evenals de andere communicatiemediën maakt ook het expositiegebeuren belangrijke ontwikkelingen door. Het aantal speciale (vak)beurzen stijgt en naast nationale worden ook veel regionale beurzen georganiseerd. Ook andere expositievormen zoals in- en outdoorshows genieten een groeiende belangstelling.

Het deelnemen aan beurzen en expo's / tentoonstellingen vergt doorgaans belangrijke investeringen. In verhouding tot andere communicatie instrumenten zijn beursinvesteringen, zowel in tijd als geld, hoog. Een weloverwogen keuze voor dit medium is dan ook zeer belangrijk. "We kunnen daar niet wegblijven" kan een bijkomende reden voor een beursdeelname zijn, maar nooit het primaire doel.

Definieer duidelijke beursdoelstellingen en ga na of deze aansluiten bij de verwachte bezoekersgroepen. Maak een goed kostenoverzicht, niet alleen van de directe kosten, maar ook van de indirecte kosten zoals man / vrouwen, reis- en verblijfkosten. Weeg de totale investering en de te verwachte resultaten goed tegen elkaar af.

Besluit u tot beursdeelname, prima! Maar laat het beursconcept dan aansluiten bij uw overige communicatie uitingen. Verzekert u van een goede plaats door tijdige inschrijving en overleg met de organisatie. Bedenk daarbij dat u voor de tentoonstellingscentra zoals de RAI en de Jaarbeurs belangrijk bent. Een "slechte" plaats kan het effect van uw investering verminderen. Zorg er tevens voor dat uw stand door de juiste communicatieve en visuele hulpmiddelen genoeg 'stoppingpower' krijgt.

**Maar zorg bovenal voor een goede briefing, instructie van uw standontwerper/-bouwer, de uitvoerder van al uw plannen en natuurlijk uw beursteam. Zij zijn mede verantwoordelijk voor uw beurs succes!**

Succes én

*Enjoy your Results!*

A.C.N. ( Ton ) Visser  
Trainer  
Beurstraining Nederland



## 2. BRIEFING STANDBOUWER

### 2.1 ALGEMEEN

Veel problemen (zowel technisch als budgettair) die bij de realisatie van een stand ontstaan, vinden hun oorzaak in een onduidelijke of onvolledige briefing voor het ontwerp en de uitvoering. Of in het ergste geval in het volledig ontbreken van een schriftelijke briefing.

Een goede briefing zorgt voor de juiste creatieve vormgeving, een goede planning en organisatie en een duidelijk kostenbeeld. Het voorkomt achteraf discussies over uitvoering, kosten en verantwoordelijkheden.

Een correcte briefing verschaft naast informatie over de betreffende (vak)beurs en de te exposeren producten ook duidelijkheid over:

- Specifieke beursdoelstellingen, zoals de introductie van een nieuw product, directe verkoop door middel van beursaanbiedingen, het benadrukken van servicemogelijkheden, imageverbetering, etc.
- De algemene communicatiedoelstelling die creatief moet worden vertaald in een standconcept.
- Het gewenste verschijningsbeeld.
- Lopende themacampagnes en andere advertising- en salespromotion activiteiten.
- De verwachte bezoekersdoelgroepen
- Specifieke wensen voor de ontvangst van bezoekers, zoals gespreksruimten, informatie/ontvangstbalie, visuele kernpunten, speciale displays, tekstboodschappen, etc.
- De situatie (op de beurs) ten opzichte van de concurrentie, wat betreft plaats, oppervlak, type stand, doelstellingen, etc.
- Het gebruik van aanvullende reclame-activiteiten, zoals uitnodigingen, brochures, beurskranten, mailings, advertenties, internet, affiches, website, Facebook en Twitter.
- De budgetten waarbinnen geopereerd moet worden.
- De exacte tijdsplanning met data voor teamoverleg in de verschillende stadia (eerste ontwerp, offerte, definitieve tekeningen, voortgangscontroles, etc.).



## 2.2 BASISBRIEFING

Afdeling : .....

Contactpersoon : .....

Doorkiesnummer : 0575 - 566413

Beurs : .....

Beurscentrum : .....

Hal en nummer : .....

Beursperiode : .....

Oppervlak: : .....x.....= .....m2

Soort stand : wandstand - hoekstand - kopstand - eilandstand

Opbouwdata : .....

Afbouwdata : .....

### Standaardvoorzieningen

(indien van toepassing ja, nee of aantal)

Telefoon	:	.....	Keuken	:	.....
WIFI	:	.....	Balie	:	.....
Spreekruimte	:	.....	Krukken	:	.....
Computer	:	.....	Kasten	:	.....
Water	:	.....	Vloer	:	.....
Stroom	:	.....	Planten	:	.....
Perslucht	:	.....	Hostesses	:	.....
			Fotografie	:	.....

### Specificaties standaardvoorzieningen

.....

.....

.....

### Overige standparticipanten

1. .... (..... m2)

2. .... (..... m2)

3. .... (..... m2)

4. .... (..... m2)

### Te exposeren producten/productgroepen

1. ....

2. ....

3. ....

4. ....

5. ....

6. ....

7. ....

8. ....

9. ....

10. ....



## Primaire beursdoelstellingen

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

## Beschrijving gewenste communicatie uitingen

.....  
.....  
.....  
.....

## Speciale wensen en/of instructies

(bijv. blow-ups, vitrines, demo-units, beeldkrant, touch schermen, interactieve communicatie)

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## Planning

Basisbriefing	:	.....(week 9-12)
Eerste ontwerp	:	.....(week 8)
Begroting	:	.....(week 7)
Interne beoordeling	:	.....(week 6)
Definitief ontwerp	:	.....(week 5)
Gedetailleerde offerte	:	.....(week 4)
Aanleveren teksten en fotomateriaal	:	.....(week 4)
Gedetailleerde decoratie-offerte	:	.....(week 3)
Aanleveren producten	:	.....(week 2)
Controle standbouw	:	.....(week 1)
Oplevering (datum + tijdstip)	:	.....(week 0)



### 3. BUDGETOVERZICHT

Standhuur	€.....
Ontwerp en uitvoering	€.....
Standactiviteiten (show, demonstraties)	.....
Groendecoratie	.....
Standbezetting (hostess, kleding, badges)	.....
Catering (bemanning, bezoekers)	.....
Telefoon	.....
Elektra	.....
Water	.....
Schoonmaakdienst	.....
Transport	.....
Opslag	.....
Verzekering	.....
Standfotografie	.....
Bezoekerswerving (uitnodigingen, toegangskarten, mailings, premiums)	.....
Persvoorlichting (mappen, mailings)	.....
Advertenties (beurscatalogus, vakbladen)	.....
Overige promotionele activiteiten	.....
Informatiemateriaal (brochures, beurskrant)	.....
Afhandeling informatie-aanvragen	.....
Beurskaarten	.....
Monsters	.....
Beurstraining inhouse of extern	.....
Incentives	.....
Diversen	.....
<b>Totaal directe kosten</b>	.....



## 4. JAARPLANNING

### Een jaar tevoren

- Start onderzoek ten behoeve van mogelijke beursdeelname. Vraag beursliteratuur, bezoek ersenquête, etc. aan;
- Stel voorlopig budget op (directe en indirecte kosten);
- Weeg investering en verwachte opbrengsten tegen elkaar af en vergelijk resultaten met mogelijke andere activiteiten;
- Kies voor al dan niet deelnemen, neem budget op in PR budget;
- Peil interesse van andere groepen.

### Negen maanden tevoren

- Overleg met betrokken managers over te exposeren productgroepen;
- Schrijf in voor deelname en het benodigde oppervlak;
- Informeer afdeling Corporate Marketing & Communications.

### Vijf maanden tevoren

- Controleer beschikbare documentatie. Bestel eventueel herdrukken of maak nieuwe;
- Controleer beschikbaarheid producten en monsters, bestel beursvoorraden;
- Reserveer specialisten, apparatuur, demo-units, etc. bij anderen;
- Overleg met beursorganisatie over standlocatie;
- Maak planning voor reclame en promotie-activiteiten;
- Reserveer datum beustraining en locatie / ruimte;
- Start interne communicatie.

### Vier maanden tevoren

- Controleer alle benodigde aanvraagformulieren en documenten;
- Controleer voortgang nieuwe documentatie en reclame- en promotie-activiteiten;
- Controleer nogmaals beschikbaarheid producten en monsters;
- Vul basisbriefing in en laat deze door betrokken managers/supervisors accorderen;
- Schrijf persberichten en maak een Persmap;
- Controleer beschikbaarheid fotomateriaal, zowel voor decoratie (kleur) als voor persbericht en (zwart/wit).

### Drie maanden tevoren

- Verzorg briefing aan standbouwer;
- Maak plan voor bemanning stand, boek o.a. hotel/ restaurant accommodatie;
- Regel transport en invoer van buitenlandse apparatuur, demo-units, etc.;
- Controleer beschikbaarheid buitenlandse medewerkers;
- Verzend persinformatie voor de vakbladen.

### Twee maanden tevoren

- Stuur lijst met namen standbemanning naar beursorganisatie;
- Bestel indien noodzakelijk nieuwe badges en visitekaartjes voor de standbemanning;
- Start bezoekerspromoties en controleer plaatsing advertenties;
- Stel programma beustraining samen, informeer de deelnemers;
- Controleer checklisten!





## 5. CHECKLISTEN

### 5.1 INTERNE COMMUNICATIE

- accorderen briefing door betrokken managers/supervisors
- regelmatig overlegvergaderingen (zie planning)
- artikelen op de website
- speciale nieuwsbrieven (beurs update)
- website / Facebook aanpassen

### 5.2 BEZOEKERS WERVEN

- persoonlijke uitnodigingen .....
- algemene mailings .....
- Website en Facebook .....
- persberichten .....
- advertentie beurscatalogus .....
- advertenties vakbladen .....
- radio/TV reclame .....
  
- affiches .....
- overige buitenreclame .....
- internet .....
- gratis entreebewijzen .....
- gratis parkeerkaarten .....
- stickers/sluitzegels/poststempel .....
- vertegenwoordiger-activiteiten .....
- VIP -activiteiten .....
- .....

### 5.3 STANDVERZORGING

- meubilair .....
- keukeninrichting/apparatuur .....
- telefoon .....
- elektriciteit, water .....
- water .....
- perslucht .....
- groendecoratie .....
- catering .....
- schoonmaak en bewaking .....
- bewaking .....
- verzekering .....



## 5.4 THUISFRONT

- doorgeven aan secretaresses, binnendienst, centrale:
  - standnummer en locatie
  - telefoonnummer(s)
  - openingstijden beurs
  - rolatieschema bemanning
  
- organisatie informatieverzending:
  - overleg met secretariaat en binnendienst
  - overleg met magazijn
  - beschikbaarheid folders, brochures
  - duidelijke beursleads
  - dagelijkse verzending naar kantoor
  
- uitnodigen binnendienstmedewerkers
  - spreiding afwezigheid
  - toegang- en parkeerkaarten

## 5.5 TRANSPORT

- opbouw materiaal
- expositie- en demonstratiemateriaal
- standuitrusting en standinventaris
- documentatiemateriaal
- extra materialen (tussentijds)
- opslag emballage
- .....

## 5.6 AFSLUITING / AFBOUW

- regeling afbouw
- regeling transport (denk aan drukte)
- veilige afvoer producten (pas op voor diefstal)
- afscheid standbemanning (borrel, attentie, evaluatie)
- beursincentives
- definitieve evaluatie (omzet, contacten, kosten)
- .....



## 6. STANDIVENTARIS

- koffie, thee
  - melk, suiker
  - glaswerk
  - koffiekopjes
  - lepeltjes
  - plastic bekertjes
  - plastic borden
  - koffie- en theepot
  - schaaltes (suiker, snacks)
  - kurkentrekker
  - flessenopener
  - messen
  - schaar
  
  - dienbladen
  - servetten
  - zeep/afwasmiddel
  - handdoeken
  - theedoeken
  - keukenrol
  - vuilnisbak
  - vuilniszakken
  - bezem
  - stoffer en blik
  - spons
  - keukenlapjes
  - poetsmiddelen
  - spiegeltje
  
  - eenvoudig gereedschap
  - dubbelzijdige tape
  - secondelijm
  - reserVELampen
  - EHBO-doos
  - hoofdpijntabletten
  - naaisetje
  - telefoonlijst
  - belangrijke telefoonnummers
  - .....
  
  - koelkast (op stahoogte)
  - koffiezetapparaat
  - faxapparaat
  - kopieermachine
  - computer
  - .....
- viltstiften
  - ballpoints
  - nietmachine/nietjes
  - ontnieters
  - notitiebloks
  - post-it notes
  - plakband
  - elastiekjes
  - .....
  
  - beurskaarten
  - schrijfplankjes
  - orderblokken
  - beurscatalogi
  - badges
  - relatiegeschenken
  - stickers
  - plastic draagtassen
  - .....
  
  - corporate brochures
  - leveringsprogramma's
  - productmappen
  - prijslijsten
  - persmappen
  - monsters
  - .....
  
  - zoutjes/snacks
  - frisdranken
  - alcoholische dranken (mits toegestaan)
  - .....



## 7. CATERING

Afdeling : .....  
 Contactpersoon : .....  
 Beurs/activiteit : .....  
 Budgetnummer : ..... Afhaaldatum : .....

### Koffie/thee

..... koffiebekers plastic  
 ..... koffiebekerhouders  
 ..... koffielepeltjes plastic  
 ..... koffiekopjes porselein  
 ..... koffielepeltjes metaal  
 ..... gebaksbordjes porselein  
 ..... gebakvorkjes metaal  
 ..... papieren onderleggertjes  
 ..... suikerzakjes  
 ..... zakjes Candarel  
 ..... melkpoeder (zakjes)  
 ..... koffiemelk (cups)  
 ..... koffiekoekjes  
 ..... koffiezetapparaat  
 ..... waterkoker  
 ..... koffie/theepotten  
 ..... koffiefilters  
 ..... theezakjes  
 ..... meeting mints  
 ..... chocolade

### Alcoholische dranken

..... bier (blik) \*  
 ..... rode wijn  
 ..... witte wijn  
 ..... sherry  
 ..... port  
 ..... kurketrekker

### Broodjes

aantal personen ..... x aantal dagen .....

### Frisdranken \*

..... spa rood  
 ..... spa blauw  
 ..... cola  
 ..... sinas  
 ..... 7 up  
 ..... bitter lemon  
 ..... jus d'orange  
 ..... cassis  
 ..... chocomelk  
 ..... tonic

### Schoonmaakartikelen

..... handdoeken  
 ..... theedoeken  
 ..... schoonmaakdoekjes  
 ..... scotchbrite spons  
 ..... afwasmiddel  
 ..... zeep  
 ..... glassex  
 ..... vuilnisbakken/zakken  
 ..... pedaalemmer

### Diversen

..... schaaltes  
 ..... dienbladen  
 ..... messen  
 ..... zoutjes/pinda's  
 ..... (plastic) wijnglazen \*\*  
 ..... (plastic) bierglazen \*\*  
 ..... stukjes kaas & worst

\* Aantallen in veelvoud van 24 stuks (tray) aangeven.

\*\* Mocht men gebruik willen maken van gewone glazen, dan (plastic) doorstrepen.





## 8. TRAINING & INSTRUCTIES STANDBEMANNING

- Voorbereiding beurstraining
  - reserveren trainingslokaal
  - samenstellen trainingsprogramma in overleg met trainingsorganisatie
  - uitnodigen betrokkenen
  
- Doelstellingen voor de beursdeelname
  - algemene doelstellingen
  - omzetdoelstellingen
  - incentives
  
- Standindeling en locatie
  - standconcept
  - verwachte bezoekersstromen
  - positie t.o.v. de concurrentie
  
- Contacten bezoekers
  - benadering/gespreksopening
  - bezoekregistratie (beurskaarten)
  - gebruik spreekkamers
  - verzorging bezoekers/gasten
  - functie hostess
  
- Verantwoordelijkheden
  - standmanager
  - opdracht- en taakverdeling
  
- Algemene afspraken/beursreglement
  - werk- en rusttijden
  - lunches, diners, logies
  - kleding
  - visitekaartjes/badges
  - telefoongebruik
  - aankondigen belangrijke bezoekers



## 9. VOORBEELD BEURSREGLEMENT

1. Als gastheer/vrouw is men:
  - correct en representatief gekleed
  - fit
  - vrij van alcohol- of knoflooklucht
2. Iedereen dient uiterlijk om ..... uur aanwezig te zijn.
3. De spreekkamer(s) alleen gebruiken voor het afsluiten van orders. Eventuele 'social visitors' meenemen naar het beursrestaurant (alleen bij uiterste noodzaak).
4. Orders en beursleadformulieren volledig en leesbaar invullen.
5. Maak kritisch gebruik van offertes
6. Houd de stand netjes en opgeruimd
7. Rook niet of zo min mogelijk
8. Spring bij waar nodig. Coach ook elkaar!
9. Lunch: broodmaaltijd op stand/bij .....  
Zorg voor voldoende standbemanning tijdens de lunch.
10. Avondbeurs: diner te gebruiken bij .....(op rekening), tussen ..... en ..... uur.
11. Aan het einde van de dag:
  - machines uitzetten en afdekken
  - demovoorraden opruimen
  - kleine machines etc. opbergen
  - prullenbakken legen, stand opruimen
  - bespreken van de dagresultaten en de beursleads o.l.v. supervisor/standmanager



## 10. PERSVOORLICHTING

### 10.1 CHECKLIST

- planning (sluitingsdata vakbladen, persconferentie)
- persartikelen (intern of extern geschreven)
- persfoto's (shooting en dupliceren)
- persconferentie/noviteitenshow
- mailinglist (volledigheid en adressen controleren)
- verzenden persberichten
- gebruik perskamer/documentatiecentrum
- bepalen (pers)contactpersoon

### 10.2 PERSARTIKELLEN

- Is er daadwerkelijk iets nieuws te melden?
- Is dit door middel van een persbericht goed te communiceren?
- Kan het bericht intern worden geschreven of is er assistentie nodig?
- Is de heading kort en krachtig en in overeenstemming met de inhoud?
- Staat de lengte van het artikel in verhouding tot de betekenis ervan?
- Komen in het bericht niet teveel (soms slecht begrepen) vaktermen voor? Zo ja, is een toelichting gewenst?
- Is als voetnoot vermeld hoe aanvullende informatie verkregen kan worden?
- Kan het bericht worden versterkt door het bijvoegen van één of meerdere foto's? Zo ja, zorg voor korte, pakkende bijschriften.

### 10.3 PERSCONFERENTIE

- Waar en wanneer is de persconferentie gepland?
- Kunnen gegevens of persmappen worden aangeleverd?
- Zo ja, waar, wanneer en in welke vorm?
- Kan een persoonlijke toelichting of demonstratie worden verzorgd?

### 10.4 PERSKAMER

- Is een perskamer aanwezig? Wie is de contactpersoon?
- Is er een officiële opening, gevolgd door een rondgang?
- Kan eigen persdocumentatie worden gedeponereerd? Hoeveel?
- Worden er belangrijke journalisten verwacht? Wanneer en hoe laat?
- Worden er radio- of TV-opnamen gemaakt? Door wie en wanneer?



## 11. OPVOLGING LEADS, AFSPRAKEN EN NAZORG BEURS

### 11.1 OPVOLGING LEADS

- Iedere dag de leads naar kantoor voor verwerking bij meerdaagse beurs
- Leads controleren op leesbaarheid
- Copy maken van elk leadformulier, met camera of kopieermachine
- In overzicht plaatsen voor opvolging en meten van de voortgang en resultaten

### 11.2 AFSPRAKEN MAKEN ÉN NAKOMEN

- Gemaakte afspraken tijdens de beurs schriftelijk bevestigen per mail of brief
- Outlook agenda print bij de hand tijdens de beurs of agenda paraat
- Doel, tijdstip en verwachtingen van bezoeker noteren

### 11.3 NAZORG BEURS

- Evalueren van de beurs; Wat ging goed, wat kan beter en welke suggesties voor de volgende beurs
- Bedank brief versturen binnen 4 dagen aan iedere bezoeker
- Opvolgen van aanvragen en leads
- Persbericht maken én versturen naar de bladen; vak- en regionale kranten. Terugblik op de beurs.
- Persbericht op de eigen website; met kort verslag en foto's van geslaagd beursevent.
- Mail naar beursorganisatie, standbouwer en partners zoals toeleveranciers
- Brief naar het BeursTeam en partners, met feedback en eerste beursresultaten.
- Komende 4 maanden twee wekelijkse up-date over gerealiseerde resultaten tot op heden.
- Na vier maanden, evaluatie beursevent.

*Enjoy your Results!*

*Beurstraining Nederland is onderdeel van Resultit Sales Training Nederland.  
Kijk voor meer informatie, tips en ervaringen op [www.salestrainingnederland.nl](http://www.salestrainingnederland.nl)*