

### 3. Kontaktpersoner og gode råd

Vi glæder os til at byde jer velkommen til VVS'21. Nedenfor finder du relevante kontaktpersoner i forbindelse med messen. Har du spørgsmål til messen før, under og efter – er du selvfølgelig altid velkommen til at kontakte os.



**Louise Jørgensen**  
Projektleder  
Tlf.: 23 84 24 60  
E-mail: [lojo@occ.dk](mailto:lojo@occ.dk)



**Susanne Tjørnehøj Jensen**  
Salgskonsulent  
Tlf.: 29 37 45 49  
E-mail: [stj@occ.dk](mailto:stj@occ.dk)



**Anne Marie Primdal**  
Kommunikationskonsulent  
Tlf.: 92 43 04 82  
E-mail: [ampr@ose.dk](mailto:ampr@ose.dk)



**Jessika Johansson Harboe**  
Kundeservice koordinator  
PR-pakker  
Website og katalog  
Tlf.: 30 46 18 58  
E-mail: [jjha@occ.dk](mailto:jjha@occ.dk)



**Jane Bang Møller**  
Projektkoordinator  
Tekniske bestillinger  
Tlf.: 21 24 11 79  
E-mail: [jbm@occ.dk](mailto:jbm@occ.dk)



**ST Messe Logistik**  
**Steen Thorvaldsson**  
Mobil: 22 96 81 83  
E-mail: [messe@stml.dk](mailto:messe@stml.dk)



**Post- og leveringsadresse:**  
Odense Congress Center  
Att.: VVS'21 – **Hal navn**  
**Firmanavn/standnr.**  
**Navn og tlf. nr. på**  
**kontaktperson**  
Ørbækvej 350  
DK-5220 Odense SØ  
Tlf. 65 56 01 00

Kontakt under opbygning, messe og nedtagning

For at kunne servicere vores gæster på bedste vis, er Teknisk Service bemandet fra 1. opbygningsdag, under messen samt til og med sidste nedtagningsdag.

Her kan du få svar på – og hjælp/assistance til – det meste. Ligesom det her også er muligt at købe diverse købmandsvarer m.m.

Du skal henvende dig personligt i Teknisk Service.

Det er ligeledes i Teknisk Service du skal hente diverse bestillinger og købekort.

Teknisk Service er beliggende i Vandrehal 2 (mellem Hal A og C), og du vil her også kunne finde åbningstiderne oplyst.

## 4. Gode råd

Deltagelse på en messe bør opfattes som en kombineret salgs- og markedsføringsindsats for virksomheden - derfor er det en god idé at opstille en detaljeret plan for jeres deltagelse.

### Inden messen:

Opstil et budget - hvilke målbare forventninger er der til messen?

Udarbejd gerne salgsmål for hver enkelt sælger, der deltager på messen (målet kan eksempelvis inkludere salget de første 4-5 uger efter messen, så opfølgningssalget kommer med).

Overvej muligheder for elektronisk dataindsamling – Se punkt 12 om Lead genering, som tilbydes via Odense Congress Center.

- Hvilke navngivne virksomheder skal besøge jeres messestand?
- Hvilken dialog vil I gerne have med hver af disse virksomheder?
- Kræver det teknisk personale på standen?

Det kan anbefales at træne i disse overvejelser og argumenter på et salgsmøde lige inden messen. Prioritér eksempelvis i A-, B- og C-kunder/potentielle kunder og planlæg, hvordan hver enkelt skal informeres/inviteres.

Planlæg nøje inden messen, hvilke kunder der skal have en særlig opmærksomhed i messedagene.

Følg op på personlige invitationer. Dette øger i høj grad muligheden for et besøg, såfremt jeres firma har haft kontakt og fortalt den enkelte, at der vil blive sat pris på et besøg på jeres stand.

### Under messen:

Vær sikker på at alle firmaets medarbejdere har fokus på såvel virksomhedens mål med messen, samt personlige mål.

En god måde at få fokus på er, at følge op på planerne hver morgen inden messen åbner, og tilpasse dagens aktiviteter. Hvilke kunder/potentielle kunder skal vi i dialog med i dag?

Måske har dagen før bragt nye vinkler:

En ny måde I kan præsentere jeres produkter, eller kundernes spørgsmål har vist, at jeres produktprogram har udvidende anvendelsesmuligheder. En viden, som I selvfølgelig skal sikre, bliver delt med jeres kolleger på standen.

Et fast morgenritual medvirker til, at der er en større chance for, at den enkelte opfanger og husker at videregive succesmuligheder.

### Efter messen:

Opfølgning, opfølgning og atter opfølgning.

Hvis der ikke er budgetteret med tid til opfølgning, går luften ret hurtigt ud af ballonen.

Derfor er det helt afgørende for en vellykket messedeltagelse, at der er meget høj fokus på opfølgning på alle relevante emner - specielt i de første 3 - 4 uger efter messen.

Derudover er det meget vigtigt, at der hurtigt samles op på erfaringerne.

Hvad gjorde vi rigtig godt denne gang? Hvad kunne vi have gjort bedre? Og hvordan kan og vil vi bruge disse erfaringer, når vi planlægger vores næste messe.

Men det skal gøres i den første uge efter messen, ellers går der al for megen fælles hukommelse i glemmebogen.