



Checkliste



„Tag der offenen Tür“ - Hausmesse

Ein „Tag der offenen Tür“ ist ein wichtiges Marketing-Instrument zur Verbesserung von Bekanntheitsgrad und Image des SHK-Betriebes bei Kunden und in der Öffentlichkeit sowie zum Knüpfen neuer Kontakte mit potentiellen Kunden. Die Zielgruppen für eine solche Aktion sind nicht nur alte Kunden und Geschäftsfreunde, sondern alle Personen und Institutionen, die für den Betrieb bedeutsam sind.



Checkliste

„Tag der offenen Tür“- Hausmesse

 Bemerkung (wann, wer) Erledigt
 _____

Ziel(e) der Veranstaltung definieren:

- z. B.
- Leistungsfähigkeit des Betriebes zeigen
 - Umsatzsteigerung
 - Bekanntheitsgrad der Firma erhöhen
 - Imagesteigerung des Betriebes
 - Bestandskundenpflege, Kontaktpflege
 - Neukundengewinnung
 - Generationenswechsel
 - Einfach einmal wieder ins Gespräch kommen
 - Informationen über neue Technologien
 - Lehrlingswerbung

Zielgruppe/Personenkreis festlegen:


 _____

Ort der Veranstaltung bestimmen:

 _____

Kostenplan/Budget bestimmen:


 _____


 Bemerkung (wann, wer) Erledigt

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

Arbeitsgruppe für die Organisation bilden

Mitarbeiter bestimmen, die den „Tag der offenen Tür“ organisieren

Aufgaben festlegen und verteilen

Abstimmung des Konzeptes mit allen Beteiligten

Schriftliches Konzept an alle Beteiligten – Wer macht was wann

„Motto“ bzw. Zentrale Aussage festlegen an der sich die Zielgruppe:


.....orientieren kann

.....das Interesse weckt

.....Aufmerksamkeit erzielt

z. B.


- Neugründung eines Betriebs
- Erweiterung der Geschäftsfelder
- Betriebsjubiläum
- Neue Produkte/ Leistungen /Technologien/Energiesparen/Barrierefreiheit
- Motto: Messeneuheiten zum anfassen !

 Bemerkung (wann, wer)


Erledigt

Festlegung des Termins:


 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

Termin frühzeitig festlegen

Auf Überschneidungen mit anderen betrieblichen Terminen prüfen

Feiertage und Schulferien bei Terminfestlegung beachten

Abstimmung mit anderen örtlichen Veranstaltungen

Genehmigung und Sicherheit:

Anmeldung des Termins beim Gewerbeamt


Anträge bei den Behörden stellen

Wirtschaftsförderungsamt kontaktieren

Versicherungsschutz beantragen


Rotes Kreuz o. ä. informieren oder um Anwesenheit bitten

Ausschankgenehmigung

 Bemerkung (wann, wer) Erledigt


 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

Besondere Parkgenehmigung ggf. beim Ordnungsamt –
Sondergenehmigung einholen

Prüfen, ob sonstige Sondernutzungsgenehmigungen erforderlich sind
(z. B. bei Veranstaltungen außerhalb Ihres Geschäftes bzw. –
Ladenschlussgesetz)

Veranstaltungsablauf/Rahmenprogramm festlegen:

Musik (Lautsprecher oder Band?)

Handwerk ansprechen auf Beteiligung an Sonderprospekten, Anzeigen,
Handzettel

Bewirtung (Kontakte mit Gastronomie)

Rahmenprogramm:

Verlosung Tombola – Ablauf und Preis planen

Kinderbetreuung (Spiele; Hüpfburg)

Sonstige Einlagen (z. B. Zauberer, Showeinlagen, Pantomime)

z. B.


Präsentationen von:

ADAC (Prüfstand)


Feuerwehr (Brand-Demo)

Rotes Kreuz


AOK o. ä. (Seh-, Reaktionstest etc.)
EDV-Animation (Computer-Horoskop)

 Bemerkung (wann, wer) Erledigt

 _____

 _____

 _____

 _____


 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

Betriebsführung

Technik (Beleuchtung, Vortragstechnik, Multimedia)

Gestaltung des Showrooms (Schaufenster, Innendekoration)

Dekoration mit Fahnen, Wimpelketten, Luftballons usw.

Bestellung und Kontrolle von Informationsmaterial

Ansprachen/Redekonzepte/Gastredner

Werbestreumittel und Werbegeschenke


Aktionsangebote festlegen


Werbung für den „Tag der offenen Tür“:

Anzeigen zum Thema „Tag der offenen Tür“ in der lokalen Presse mit Informationen zum Veranstaltungs-Programm


PR- Pressebericht über das Unternehmen als PR-Artikel

Persönliche Einladung – Adresskartei nutzen


 Bemerkung (wann, wer) Erledigt

 _____

 _____


 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

Einladungsschreiben mit Rückantwort

VIP-Einladungskarten an „örtliche Prominenz“ (Bürgermeister, Stadtrat, Honoratioren, Organisationen bei denen man Mitglied ist)

Einladungen an Ansprechpartner des Handwerks

Presse und lokalen Rundfunk mit einbeziehen

Innungen und Verbände einladen

Handzettel/Flugblätter - Verteilung: Passanten, Scheibenwischer, Briefkästen, Supermärkte usw.


Plakate - Hinweisplakate (z. B. bei befreundeten Handwerksbetrieben)


Videoclip/Unternehmenspräsentation

Wichtig:


Einheitliches Erscheinungsbild (Firmen-CI) mit Firmenlogo für alle Werbemaßnahmen

Kontaktaufnahme mit Hersteller, Großhandel für Geschenkartikel, Exponate, Werbeartikel usw.

 Bemerkung (wann, wer) Erledigt


 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

 _____

Nachbereitung der Veranstaltung:

Dankschreiben an besondere Besucher

Anzahl der Besucher feststellen

Adressen-Material archivieren/ in Adressdatei für Werbebriefaktionen aufnehmen

Anfragen/Bestellungen schriftlich und telefonisch bearbeiten

Pressemitteilungen nach der Veranstaltung (mit Foto) an die Lokalpresse versenden

Teilnehmer Verlosung/Preisausschreiben

Nachbesprechung mit der gesamten Mannschaft „Manöverkritik“

Bei Erfolgreicher Veranstaltung Lob an die beteiligten Mitarbeiter