

MONTERBYGGE

Oavsett om ert mål med mässan är att sälja, marknadsföra er, tävla eller bara att ha en grym dag så är ett bra första steg att ha en riktigt schysst monter. Det kommer locka besökare till er och det är betydligt roligare att representera ett företag och en monter som man kan vara stolt över! Så hur bygger man en grym monter? Här hittar ni tips för att komma på roliga idéer och verktyg för hur ni verkställer dem. Lycka till!



STEG 1 - STARTSKOTTET

Det första ni bör fundera över är företagets varumärke:

- Vilka är era företagsfärger?
- Hur ser er logotyp ut?
- Vilka typsnitt använder ni?
- Speglar logotypen ert varumärke?
- Vilka känslor vill ni förmedla? Är ni t.ex ett ekologiskt och jordnära företag eller har ni kanske en mer modern touch?

Det finns hundratals frågor man kan ställa sig, men det viktigaste är att ni har en röd tråd som löper genom allt ni gör. Det ska vara tydligt att ni är ett och samma företag!

STEG 2 - BÖRJA BRAINSTORMA

Sätt er ner tillsammans och börja fundera på coola idéer som ni skulle vilja göra till verklighet i er monter. Ett tips är att ta fram ett stort A3-papper, några färgpennor, post-it lappar och försök få ner alla idéer på papper. Sätt inga gränser - våga tänk lite galet!

Tips för att förenkla brainstormingen:

- Tänk på att ni alltid kan bygga om montern till mer än bara två eller tre väggar. Jobba med olika dimensioner. Se exempel på nästa sida.
- Hur syns ni på långt avstånd?
- Kan ni skapa en monteraktivitet som relaterar till er affärsidé och lockar kunderna till just er monter?
- Kan ni sätta er vara/tjänst i ett sammanhang i er monter? Vad är det för problem ni löser? Kan ni illustrera det på något roligt och kreativt sätt?
- Benchmarka - kika på vad andra har gjort innan! Använd Pinterest, kolla hashtags från tidigare UF-mässor och få inspiration för hur ni ska paketera ert UF-företag.



OLIKA DIMENSIONER

Oavsett om ni har en hörn- eller mittmonter på mässan så kan ni leka med dimensionerna. Montern behöver inte vara ett hörn eller se ut som tre vanliga väggar. Det här UF-företaget byggde en extravägg framför den bakre väggen. I väggen sågade de ett hål, satte in en glasskiva och hyrde in en kille från klassen för att stå som levande klädesmodell i deras skyltfönster.

Hur kan ni leka med dimensionerna?
Är det rundade hörn, en extra vägg eller kanske en monter i två våningar?

FRÅN START TILL MÅL

På bilden ser ni ett UF-företag som sålde handdukshängare som de tillverkade själva. Halva montern var byggd till en verkstad för att visa hur hängarna tillverkas. Den andra halvan såg ut som ett badrum, för att visa användningsområdet för deras vara.

Fundera på vilken känsla montern ska förmedla.



PROBLEMLÖSNING

Har ni en idé som kan vara svår att förklara? Se då till att använda montern som ett stöd!

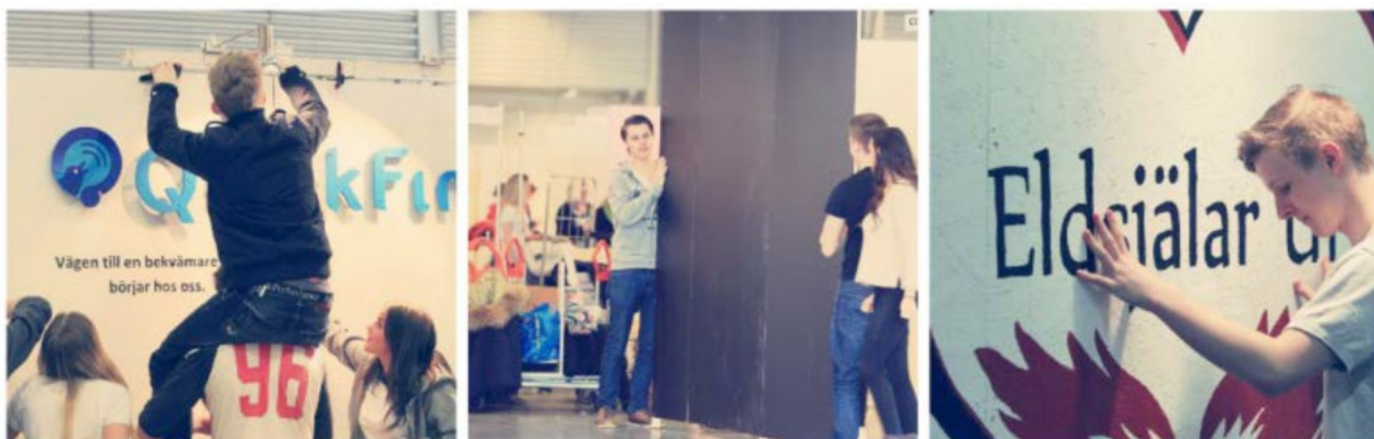
Här ser ni QuickFinder UF som valde att punkta upp de tre olika funktioner deras app hade, så att man enkelt kunde förstå produkten genom att bara titta på väggen.

Hur kan ni förtydliga er affärsidé?

STEG 3 - REGLER

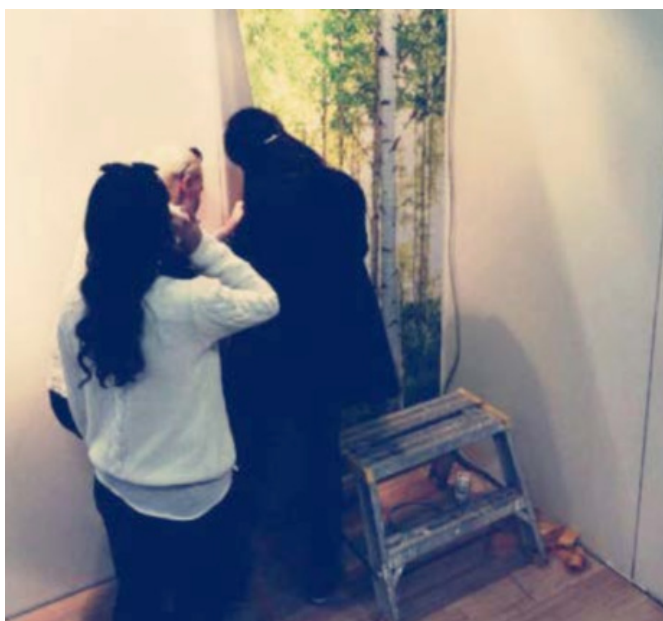
Det viktigt att ta hänsyn till de regler vi har. Ni får till exempel inte spika/skruva med större spik, tapetsera eller måla på mässan. Alla krav och regler för mässan och montrarna hittar ni i Faktabanken. Här kommer några tips på hur ni utifrån reglerna kan bygga grymma montrar.

ANVÄND EGNA TRÄSKIVOR



Skaffa träskivor (spånskiva) och såga till så det blir samma format som er monter, alla mått på vägarna hittar ni i faktabanken. Träskivorna kan ni sedan inreda som ni vill innan själva monterdagen, sen är det bara att klämma fästa dem med hjälp av klämmor eller tvingar i överkant på den riktiga montern väl på plats. Det här alternativet är en vanlig och enkel lösning och gör så att ni både kan tapetsera, spika och sätta upp hyllor på de väggar ni tar med er.

- + Sparar tid under byggtiden på mässan!
- + Fungerar både för målarfärg, tapeter och spik. Håller för hyllor!
- Tungt att bära och frakta. Se till att ni kan transportera materialet till mässan.



ANVÄND FOTOTAPET

Vill ni ha en fototapet eller tapet kan ni beställa en självhäftande tapet som är anpassad för monterväggar. Det fungerar ungefär som ett stort klistermärke på väggen och går att både sätta upp och dra bort precis som ett klistermärke. Denna lösning kan vara dyr men ger ett väldigt snyggt resultat!

- + Snyggt och det blir inga skarvar
- Kan bli dyrt
- Krävs viss tapetseringstalang på plats på mässan
- Går inte att återanvända

DRAPERA MED TYG & HÄFTSTIFT/ TAPETSERA MED HÄFTSTIFT



Det här alternativet är väldigt vanligt då det är billigt och enkelt och kan bli snyggt om man gör det rätt!

Tips! Höra efter med lokala måleributiken om de har några tapetrullar över som de inte tänkt spara. Ni kan gör ett kap!

- + Relativt enkelt
- + Billigt
- Kan lätt bli skrynkligt och ojämnt
- Jobbigt att ta bort häftstift efteråt om verktyg saknas
- Går ej att sätta upp hyllor på

ANDRA METODER

Givetvis finns det många olika sätt att smycka sin monter. Er kreativitet och vad ni har att tillgå får sätta stopp tillsammans med de olika regler som gäller för mässan! Här nedan följer några övriga sätt täcka monterväggarna som alla har varit med i UF samband:

- > Sätta plåtar -> Tejpa fast ballonger -> fyll väggen med tidningsurklipp
- > Brädfodra -> Kamouflage nät -> Armeringsnät -> Popupvägg

STEG 4 - GÖR IDÉERNA VERKLIGA!

När ni väl kommit fram till en idé som ni tycker känns rolig att satsa på – försök sätta in den i ett verkligt perspektiv. Rita upp en skiss, ta en gammal skokartong och inred den eller använd något fiffigt datorprogram för att kunna visualisera upp er idé tydligt för gruppen. I detta steg kan det vara dags att börja tänka på HUR ni faktiskt ska kunna förverkliga denna idé. Vilka företag måste ni kontakta? Vad kan ni försöka skaffa sponsring till? Hur ska ni gå till väga?

STEG 5 - BYGGDAGS!

Ni har tid att bygga upp er monter på plats, men ett vanligt misstag är att man tar ALLT monterbygge på plats i mässhallen. Skippa det stressmomentet och gör klart så mycket som möjligt hemma. Testlägg golvet, tapetsera/måla era plywoodväggar innan, öppna er fototapet för att se hur den ska monteras upp på väggen och testa att bygga upp den där möbelen ni har köpt. Vi lovar att detta kommer ta bort en hel del stress och ”gör om, gör rätt”-moment på plats. Planering är A och O!

MONTERAGERANDE

”Varför vann deras monter, våran var ju MYCKET snyggare?!”

Viktigt att komma ihåg är att en bra mässmonter inte bara handlar om utseende, det handlar också väldigt mycket om hur ni som UF-företag agerar. Själva montern är en ”död” yta, det är ni som gör den levande!

SÄTT UPP REGLER FÖR ERT MONTERAGERANDE

Ert agerande avgör om kunden får en bra känsla av företaget. Därför är det viktigt att ni kommer överens om regler som ska gälla under dagen, planera innan hur ni ska tackla olika situationer och hur ni ska bete er i montern för att vara så professionella som möjligt. Då kan ni väl på plats lägga all fokus på era kunder och det kommer göra er mässupplevelse mycket roligare! Återigen, planering är A och O!

TÄNK PÅ

->Sitt inte ner i montern ->Håll inte på med mobilerna ->Gör ett schema för mattider
-> Ät inte i montern -> Var trevliga mot varandra -> Stå inte med ryggen vänd mot kunderna

Det här är bara ett urval av saker ni kan fundera på, men grundtanken hör ihop med utseendet: Montern ska vara inbjudande för kunden, målet är ju att locka så många besökare som möjligt till just er monter!

HA ETT SCHYSST SAMSPEL

Fundera på hur ni i gruppen kan skapa en så bra stämning som möjligt i er monter. Släpp prestigen i att prata ensam med en kund och hjälp varandra istället! Tänk dock på att det kan bli lite mycket om man är fler än två personer per kund, öva innan och testa hur ni kompletterar varandra på bästa sätt.

VILKEN KÄNSLA VILL NI ATT KUNDEN SKA FÅ?

Förbered er genom att fundera på hur ert agerande kan kopplas till ert varumärke. Säljer ni någonting emotionellt eller någonting som verkligen berör folk kanske det inte passar sig att vara alldeles för stöjig och skrattig, på samma sätt som om ni säljer någonting väldigt glatt så ser det också konstigt ut om personerna i montern inte själva ser så glada ut. Tänk på att den känsla ni vill förmedla ska lysa igenom hela vägen!

NI HAR HELA MÄSSGOLVET ATT RÖRA ER PÅ, SÅ FASTNA INTE I MONTERN!



FÖRSÄLJNING

Att sälja kan vara knepigt på en mässas, men det finns många bra tips för att bli en riktig storsäljare i montern. Det allra viktigaste att komma ihåg är att vara dig själv och vara genuint intresserad av kunden. Lär känna din kund, vad har den för behov? Kan du skapa ett behov kunden inte visste att den hade?

BEHOVSANALYS

När man tänker på en klassisk säljare så tänker man oftast på en ganska utåtriktad och framfusig person. Men faktum är att de bästa säljarna är de som låter kunden prata mestadelen av säljsamtalet. Att lyckas ställa de rätta frågorna för att ta reda på kundens behov är ett riktigt hantverk, men kommer man på de rätta frågorna innan är 90% av jobbet redan gjort. Fråga och var genuint intresserad! Lär du inte känna din kund är det svårt att veta hur du ska sälja in det du gör på ett passande sätt och det blir svårt att komma till avslut.

EXEMPEL 1 - SÄLJA MOBILSKAL

- Har du en smartphone? Vilken modell har du?
- Hur ofta brukar du använda den?
- Har du någon gång tappat eller haft sönder din telefon? alt. Känner du någon som detta har hänt?

Tips! – Skriv ner fem frågor att ställa till era kunder.

Vem är kunden? Vad har kunden för intresse? Har kunden stött på det problemet ni löser? Känner kunden någon som stött på det problemet? Fråga så mycket ni kan och använd svaren för att gå till avslut.



SÄLJARGUMENT

Att hitta rätt säljargument kan ibland vara svårt, men det finns tre punkter som kan vara bra att utgå ifrån för att hitta tre olika anledningar till att kunderna ska köpa just er vara eller tjänst.

KÄNSLOARGUMENT

Anspela på känslan av att ha produkten. Vad ska just er produkt få kunden att känna? Är den snygg, varm, säker, ekologisk eller kanske lyxig? En Volvo känns till exempel säker, familjär och trygg medan en Ferrari känns mer sportig och snabb.

EXEMPEL PÅ KÄNSLOARGUMENT:

Mobilskal – Säkert, snygg etc.

Armband – Snyggt, lyxigt etc.

Läxhjälp – Utvecklande, tidsparande etc.

FÖRNUFTSARGUMENT

Vad får kunden ut av att använda er vara eller tjänst. Vad för problem löser den? Vad blir du utan när du använder den? Ta fram fördelen med att använda just er produkt framför att inte använda den.

EXEMPEL PÅ FÖRNUFTSARGUMENT:

Mobilskal – En hel mobil, billigt för att du inte behöver betala för reparation, mer personlig med eget skal.

Armband – Att man känner sig mer uppiffad, kan skapa en hel outfit.

Läxhjälp – Bättre betyg, mer lärdomar, mer studiemotivation, mer tid för annat som förälder.

AUKTORITETSARGUMENT

Anspela på något större som intygar trovärdighet. Använder någon kändis den, använder du den eller finns det statistik som visar på att just denna produkt är bra pga. någon specifik anledning. Kanske har du någon gång varit i en butik då butiksbiträdet kommit och berömt dig för klädesplaget du provar och berättat att de brukar använda det själv. Där har du det - auktoritetsargumentet!

EXEMPEL PÅ AUKTORITETSARGUMENT:

Mobilskal – Enligt statistik går såhär många % av telefonerna sönder när de inte har skal.

Armband – Det är jättetrendigt, alla modebloggare använder det!

Läxhjälp – Det ökar studieresultaten med såhär många %!

Tips! – Skriv ner minst ett känslö-, förnufts- och auktoritetsargument och använd det i din pitch. På det viset har du tre olika saker att anspela på för att nå kundens intresse.

EXEMPEL PÅ AVSLUT EFTER FRÅGOR:

- Då har jag en toppenbra lösning för dig! I och med att du är väldigt mån om din telefon och använder den ofta så vill du ju såklart gärna inte att den går sönder, eller hur? Då passar vårt mobilskal perfekt för dig eftersom... etc. Vilken färg vill du ha? Vit eller svart?



MARKNADSFÖRING

Det är ni som utställare som gör mässan till en rolig plats att besöka! Det betyder också att ni har det stora ansvaret av att se till att det dyker upp besökare.

Om alla lyckats bjuda in en person i var, så kommer vi ha cirka 500 besökare. Bjuder ni istället in fem personer var så kommer hela 2500 besökare! Er röst är viktig- så bjud in via sociala medier, i skolan, och glöm inte mamma och pappa, släkt och vänner.

Kan man locka med någon rolig tävling, mäs-serbjudande eller liknande? Sätt er ner och fundera ut ett roligt sätt att marknadsföra er och mässan på!

Kika på första sidan igen och använd samma metod för att brainstorma fram idéer.

Vilket material ska ni sprida innan mässan? Vad för material vill ni ha på plats på mässan? Affischer? Flyers? Inbjudningar? etc.



TÄVLINGAR

På plats på mässan kommer det att pågå en rad olika tävlingar. I de flesta ingår det att man innan den 12 februari även ska ha skickat in ett skriftligt bidrag. På plats på mässan kommer en jury att gå runt för att bedöma er. Vinnarna koras under mässavslutningen den 17 mars.

Alla tävlingar med tillhörande kriterier hittar ni på vår hemsida under fliken som handlar om mässan. Så gå in på www.ungforetagsamhet.se/älvborg och klicka er vidare till > Gymnasiet > Tävlingar & kriterier.

VARFÖR ÄR DET EN BRA IDÉ ATT VARA MED OCH TÄVLA?

Att vara med och tävla under mässan kommer att ge er en mer spännande upplevelse. Få saker slår uppladdningen inför mässan, adrenalinet på mässgolvet när ni väntar på juryn och spänningen under mässavslutningen när ni väntar på att få höra just ert namn. Förutom dem känslorna kommer ni också genom att tävla visa upp er för olika jurygrupper, beroende på vilken tävling ni är med i, där det sitter många häftiga personer från näringslivet. Ett perfekt tillfälle för er att skapa kontakter inför framtiden. Därför är det också viktigt att ni vässar era tävlingsbidrag för att fånga juryns intresse, då detta är deras första intryck av er.

En vinst i någon av tävlingarna är dessutom en fantastisk merit att ha med på ert CV, oavsett om ni ska söka jobb eller skola.

HUR SKRIVER MAN ETT BRA TÄVLINGSBIDRAG?

Läs kriterierna noga!

Vad tittar juryn på? Vad är viktigt att ni lyfter? Hur kan ni på bästa sätt sälja in er verksamhet?

Kriterierna är er bästa karta!

Be också någon utomstående läsa era bidrag.

Man blir lätt blind för stavfel och kan ibland även missa viktigt innehåll. Varför inte ta hjälp av er rådgivare?

Glöm inte heller bort att ert agerande på plats i er montern påverkar!

Ni kommer inte veta vilka som är jury och inte. Det gäller alltså att vara beredda på alla sorters frågor, ni ska kunna allt om ert företag utan och innan. Läs på siffror och fakta så att ni har de rätta svaren när juryn kommer och besöker just er.

VAD VINNER MAN?

Förutom äran att gå upp på scenen under mässavslutningen och ta emot publikens jubel, vinner man också en prischeck. De flesta tävlingar genererar oftast en plats på SM i UF-företagande.

