



1. VORBEREITUNG

Verständnis: Informiere dich umfassend über die jeweilige Messe bzw. den jeweiligen Kongress sowie über die Messe Luzern AG, ihre Veranstaltungen und Ziele. Ein gutes Verständnis der jeweiligen Marke und ihrer Werte ist unerlässlich für die Erstellung authentischer und relevanter Inhalte.

Briefing: Lies das Briefing sorgfältig durch und stelle sicher, dass du die Key Messages und Anforderungen verstehst. Kläre alle offenen Fragen vor Beginn der Kampagne, um Missverständnisse zu vermeiden.

2. INHALTSERSTELLUNG

Kreativität: Nutze deine kreative Freiheit, um authentische und ansprechende Inhalte zu erstellen. Berücksichtige dabei die Themen und Schlüsselbotschaften der Veranstaltung.

Relevanz: Achte darauf, dass deine Inhalte für deine Community relevant und ansprechend sind. Verwende die vorgegebenen Hashtags und tagge die jeweilige Messe/den jeweiligen Kongress sowie die Messe Luzern, um die Reichweite und Auffindbarkeit deiner Beiträge zu maximieren.

Kennzeichnung: Kennzeichne alle gesponserten Inhalte korrekt gemäss den gesetzlichen Anforderungen und den Vorgaben der Messe Luzern.

3. VERÖFFENTLICHUNG

Zeitplan: Halte dich an den vereinbarten Veröffentlichungszeitplan. Es ist entscheidend, dass Beiträge zeitnah zur Messe veröffentlicht werden, um die maximale Wirkung zu erzielen. Beiträge sollen idealerweise vor, während und unmittelbar nach der Messe veröffentlicht werden, um das Interesse und die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu maximieren. Eine rechtzeitige Veröffentlichung stellt sicher, dass die Inhalte relevant bleiben und das Engagement rund um die Messe gesteigert wird. Inhalte, die zu spät veröffentlicht werden, verlieren an Relevanz und verpassen die Gelegenheit, die Messe optimal zu unterstützen.

Interaktion: Es wird erwartet, dass Influencer aktiv mit ihrer Community in den Kommentaren interagieren und Fragen beantworten. Eine hohe Interaktion ist entscheidend, um das Engagement und die Glaubwürdigkeit der Kampagne zu fördern.

4. NACHBEREITUNG

Engagement: Es wird erwartet, dass Influencer das Engagement ihrer Community verfolgen und auf Feedback reagieren. Dies zeigt, dass die Meinungen und Anregungen der Follower geschätzt werden und trägt zur erfolgreichen Durchführung der Kampagne bei.

Reporting: Reiche nach der Kampagne einen detaillierten Bericht ein, der die Performance deiner Posts zusammenfasst. Dieser Bericht soll Metriken wie Reichweite, Engagement-Rate, Klicks und andere relevante Daten enthalten.

5. ZUSÄTZLICHE LEITLINIEN

Datenschutz und Zustimmung: Stelle sicher, dass du den Datenschutz und das Recht am eigenen Bild beachtest. Mache keine Aufnahmen von Personen ohne deren ausdrückliche Zustimmung.

Respektvoller Umgang: Verhalte dich respektvoll gegenüber Ausstellern, Besuchenden und Tieren. Halte dich an allgemeine Vorschriften wie Absperrungen und «kein Zutritt»-Schilder.

Transparente Kennzeichnung: Kennzeichne alle Werbungen und Partnerschaften klar und transparent.

Inhaltsrichtlinien: Erstelle keine kontroversen oder unangemessenen Inhalte und verwende das Logo der Messe Luzern nur mit vorheriger Genehmigung.

Prioritäten der Aussteller: Denke daran, dass Aussteller an der Messe sind, um Produkte zu verkaufen und neue Kontakte zu knüpfen. Gespräche mit Ausstellern dürfen nur mit deren expliziter Einwilligung geführt werden.

Überwachung der Performance: Sei dir bewusst, dass deine Reichweite und dein Engagement überwacht werden, um sicherzustellen, dass die Zusammenarbeit erfolgreich ist.