EXPOFORMER
Building ideas.

KUNDEN-MEETING · MINIGAMES

WAS WIR VOM KUNDEN BRAUCHEN

Checkliste fürs Meeting. Jeder Punkt, der hier fehlt, fehlt später am Messestand.

KUNDE

FIRMA

ANSPRECHPERSON

ANLASS / MESSE

DATUM

ZUERST ENTSCHEIDEN: DER SLUG

Gewünschter URL-Teil (Slug):

☐ Nur Kleinbuchstaben, Ziffern und Bindestriche.

Achtung: Der Slug steht später auf gedruckten QR-Codes und lässt sich nicht mehr folgenlos ändern. Vor dem Druck bestätigen lassen.

WEBSEITE UND SPIEL

Webseite des Kunden:

Gewünschtes Spiel: bitte wählen

Kreativer Vorschlag gewünscht? ◯ ja, zwei Richtungen zur Wahl ◯ nein, Vorgaben umsetzen

Aus der Webseite entstehen Ideen für Preise, Motive und Spielinhalte. Der Kunde sieht sie als Vorschau-Link, bevor etwas live geht.

CORPORATE DESIGN

☐ CD-Manual als PDF erhalten (mit den Farben für DIGITALE Medien / RGB).
☐ Logo als PNG mit transparentem Hintergrund.
☐ Vorgeschriebene Logofarbe geklärt: schwarzes Logo heisst helles Spiel.

Hausschrift verwendbar? ◯ ja, Lizenz vorhanden ◯ nein, Ersatz nötig

Hausschrift / Ersatzschrift:

Ohne Manual raten wir Farben. Ein Screenshot der Webseite ersetzt es nicht.

OPTIK AM STAND

Was der Besucher sieht, bevor und während er spielt.

HINTERGRUNDFOLIE (GRUNDDESIGN)

Liefert der Kunde eine Folie, oder gestalten wir sie? ◯ Kunde liefert ◯ wir gestalten

Format(e): ☐ Querformat 1920 × 1080 px ☐ Hochformat 1080 × 1920 px

Anderes Format: _____

Die Mitte muss ruhig bleiben: dort steht das Spiel (Rad, Walzen, Karten). Marke gehört an die Ränder. Quer und hoch zusammen: das Spiel wählt die passende Folie selbst nach der Bildschirmrichtung.

STARTFOLIE (OPTIONAL)

Startfolie gewünscht? ◯ ja ◯ nein

☐ Motiv und Aussage geklärt.

Bei Glücksrad und Slot deckt sie das Rad bzw. die Walzen ab, solange niemand spielt. Sie muss deshalb selbst zum Drücken auffordern, und sie nimmt dem Stand den drehenden Blickfang. Bewusst entscheiden.

FARBEINSTELLUNGEN

☐ Hintergrund, Textfarbe, Knopffarben aus dem CD übernommen.

HUD-Panel hell oder dunkel? ◯ hell ◯ dunkel

Deckkraft in %: _____

☐ Spielspezifisch: Segment-/Gewinnfarben, Ring, Zeiger.

Kontrast schlägt Markentreue. Wenn die CI eine unlesbare Kombination vorgibt, halten wir es fest, statt still davon abzuweichen.

WERBEFOLIE ZWISCHEN DEN SPIELERN

Werbefolie gewünscht? ◯ ja ◯ nein

Bild oder Video? ◯ Bild ◯ Video (MP4)

☐ Datei erhalten.

Anzeigedauer in Sekunden: _____

PAUSENMODUS BEI INAKTIVITÄT

Pausenmodus gewünscht? ◯ ja ◯ nein

Pausenbild oder Pausenvideo? ◯ Bild ◯ Video (MP4)

☐ Datei erhalten.

Achtung: Ein Video läuft MIT TON. Am Stand vorher entscheiden, ob das gewollt ist.

SPRACHEN

Welche Sprachen am Stand? ☐ DE ☐ FR ☐ IT ☐ EN

Hauptsprache: bitte wählen

Nur die tatsächlich benötigten aktivieren: jede weitere Sprache ist Text, den jemand pflegen muss.

SPIEL, PREISE, LEADS

Der Teil, an dem am Stand am meisten hängt.

BILDMATERIAL JE NACH SPIEL

- ☐ Glücksrad: 3 Gewinnfeld-Symbole. Glücksrad XXL: ein Symbol je Feld (3, 4 oder 6).
- ☐ Slot Machine: Walzensymbole.
- ☐ «1, 2 oder 3»: Antwortbilder.
- ☐ Memory: Kartenmotive + Kartenrückseite.
- ☐ Blitzfolge / Slice-it / Turmbau: Produktbilder.
- ☐ Reaktionstest: Logo + Produktbilder.
- ☐ Tap & Fly: Werbetafel-Motiv.
- ☐ Torschuss: Bandenbilder für die LED-Bande, Querformat 5:1, bis 6 Stück.

Quiz, Münzfänger und Auto-Rennen brauchen keine eigenen Bilder. Torschuss läuft auf dem eigenen Handy (QR-Code am Stand); ohne Bandenbilder zeigt die Bande Name und Logo.

DREI PREISE ZUM ABHOLEN AM STAND

Preis 1: _____

Preis 2: _____

Preis 3: _____

- ☐ Gutscheintext je Preis formuliert (erscheint auf dem Bildschirm).
- ☐ Übersetzt in alle aktiven Sprachen.

Gewinnwahrscheinlichkeit in %: _____

Der Text sagt, WAS man gewonnen hat und WO man es holt. Beispiel: «Schnuppertag Pflege HF: Gutschein am Stand abholen.» Glücksrad XXL: bis 6 Preise, weitere unter Notizen.

QR-CHECK-IN: VOR DEM SPIEL

Anmeldung vor dem Spiel gewünscht? (sonst spielt jeder direkt los) ◯ ja ◯ nein

Wie meldet man sich an? ◯ QR-Code aufs eigene Handy ◯ Eingabe am Stand

Welche Felder werden abgefragt? ☐ Vorname ☐ Nachname ☐ E-Mail ☐ Telefon

Erzeugt eine Warteliste: Wer sich angemeldet hat, wird aufgerufen. Lohnt sich bei Andrang, kostet bei ruhigen Ständen aber Spieler, weil eine Hürde vor dem Spiel steht.

QR-CHECKOUT: NACH DEM SPIEL

Checkout nach dem Spiel gewünscht? ◯ ja ◯ nein

Marketing-Einwilligung nötig? ◯ ja ◯ nein

Wer bekommt die Leads? _____

In welchem Rhythmus? ◯ täglich ◯ wöchentlich ◯ nach dem Anlass

Export als CSV-Datei aus dem Panel. Es gibt KEINE direkte CRM-Anbindung: das vorher klarstellen.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Wer liefert sie? ◯ Kunde liefert ◯ wir machen einen Vorschlag

Als ◯ Link auf Webseite ◯ PDF

Bei einem Wettbewerb mit Preis praktisch Pflicht. Erscheinen als Link im Einwilligungstext von Anmeldung und Checkout; bei jeder Anmeldung wird festgehalten, welche Fassung galt.

ZEITPLAN UND NOTIZEN

Termine festhalten, und alles, was sonst nirgends Platz hat.

TIMELINE

Grafikdesign / CI-CD-Daten an EF senden bis: TT/MM/JJ

Vorschau-Link an Kunde bis: TT/MM/JJ

Testdatum: TT/MM/JJ

Go-Live: TT/MM/JJ

Datum als TT/MM/JJ eingeben, z. B. 14/10/26.

Notizen

BEVOR DAS MEETING ENDET

Vier Fragen, die sonst zu Rückfragen per Mail werden.

- Ist der Slug bestätigt, und weiss der Kunde, dass er auf dem QR-Code steht?
- Haben wir das CD-Manual als Datei, nicht nur eine Farbangabe aus dem Gedächtnis?
- Sind die drei Preise am Stand physisch vorhanden und jemand dafür zuständig?
- Wer beim Kunden gibt die fertige Einrichtung frei, und bis wann?

UND DANN?

Die ausgefüllte Checkliste geht mit den Dateien an die Einrichtung. Der Kunde wird auf der Testumgebung aufgesetzt und dort zur Abnahme freigegeben, erst danach live. Was hier fehlt, wird später erraten. Und Raten sieht man am Stand.

EXPOFORMER AG
Tannenstrasse 108
8424 Embrach
+41 44 864 12 12
expoformer@expoformer.ch
www.expoformer.ch