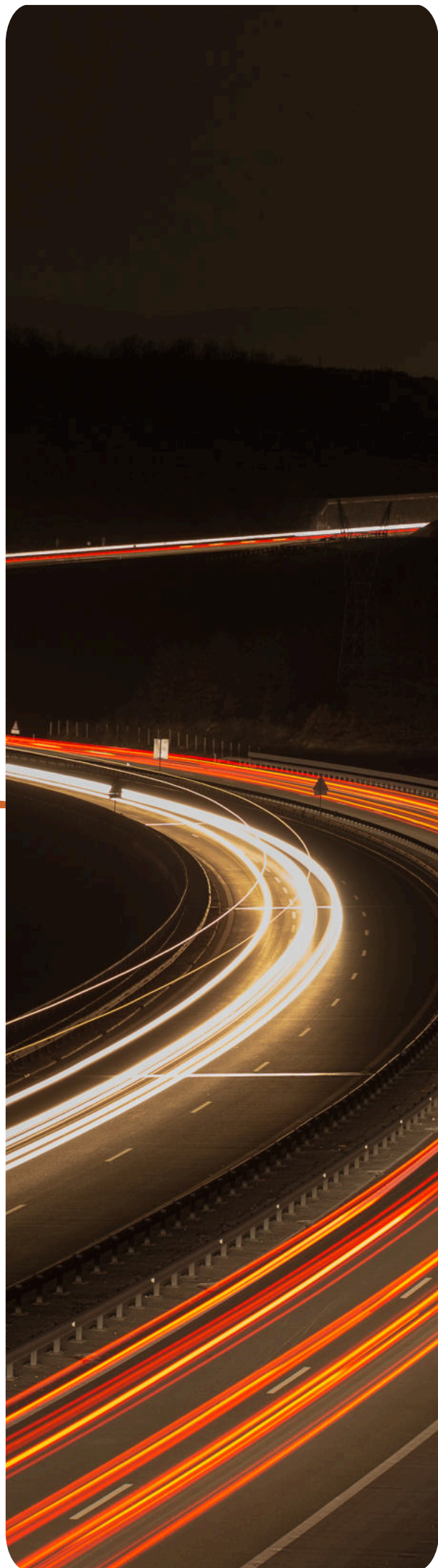


Ihr erster Showtruck?



So meistern Sie den gesamten
Ablauf



Inhaltsverzeichnis

- 1 Neue Welt: Showtruck & Roadshows
- 2 Gemeinsam zum Ziel: Der Entwicklungsprozess mit Traderunner
- 3 Möglichkeiten der Tourenplanung
 - 3.1 Gesamte Tour: Eigenständig planen und erfolgreich umsetzen
 - 3.2 Rundum-Service: Agentur übernimmt Planung und Durchführung
 - 3.3 Kombinierte Stärke: Eigene Mitarbeitende und Agentur für die Tourenplanung
- 4 Was sagen unsere Kund*innen?

Neue Welt: Showtruck & Roadshows

Sie fragen sich, wie genau das mit einem Showtruck funktioniert?
Wie wird er gestaltet, was sind die ersten Schritte und worauf müssen Sie
als Unternehmen achten?

Welche Aufgaben übernehmen Sie selbst und welche können Sie
abgeben?

Sobald der Showtruck einsatzbereit ist, stellt sich die Frage: Wer fährt
ihn, wie sieht die Logistik aus und was muss bei der Planung und
Durchführung der Touren beachtet werden?

In diesem **Leitfaden** nehmen wir Sie mit durch den Prozess – **von der
Gestaltung über die Logistik bis hin zum erfolgreichen Einsatz
Ihres Showtrucks.**



Gemeinsam zum Ziel

Der Entwicklungsprozess mit Traderunner

1. WAHL DES ZUGKOPFES

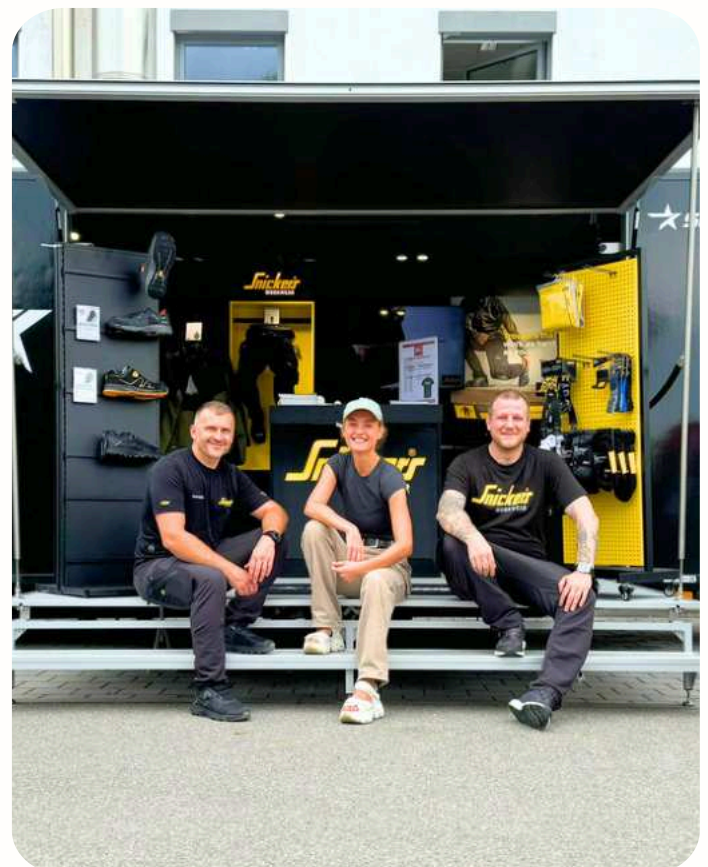
Wir bieten Zugköpfe von Mercedes oder Fiat an, wobei sowohl Automatik- als auch Schaltgetriebe möglich sind.

2. ENTWICKLUNG & PLANUNG SOWIE DESSEN GESTALTUNG

Jeder Traderunner wird **individuell konzipiert**, um den Vorstellungen der Kund*innen gerecht zu werden. Wir fokussieren uns auf ein Gewicht von **3,5 Tonnen**, wobei in Ausnahmefällen auch ein höheres Gewicht möglich ist. Die Einbau der Türen und Klappen ist **flexibel zu gestalten**. Je nach Unternehmensziel – sei es als Dialogmobil, Showroom oder Schulungsmobil – wird der Innenausbau angepasst. Im Anschluss an **erste Entwürfe in 2D** erfolgt eine gemeinsame Absprache zur Weiterentwicklung der detaillierten Planung und Gestaltung des Fahrzeuges.

3. UMSETZUNG DES TRUCKS

Wir **übernehmen die gesamte Umsetzung**, einschließlich Innenausbau sowie Innen- und Außenfolierung. Alternativ besteht auch die Möglichkeit, dass Sie einen **Teil dieser Umsetzung selbst** übernehmen. Die Dauer von Beauftragung bis zur Auslieferung beträgt in der Regel etwa 4 Monate.



MÖGLICHKEITEN DER TOURENPLANUNG

PLANUNG



Gesamte Tour: Eigenständig planen und erfolgreich umsetzen



*„Während unserer Roadshows sind es unsere Vertriebsmitarbeiter*innen, die von einem Standort zum nächsten innerhalb des Landes oder der Region fahren. Für größere Transferfahrten zwischen Ländern nutzen wir einen externen Fahrer, der bis jetzt immer sehr zuverlässig war.“*

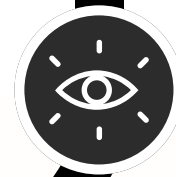
Sungrow Europe

1. VORBEREITUNG & PLANUNG

- Ziele und Konzept: Definieren Sie die Roadshow-Ziele und die Route (wichtige Städte/Regionen).
- Budget: Kalkulieren Sie Kosten für Truck, Personal, Treibstoff, Maut, Genehmigungen und unvorhergesehene Ausgaben.
- Team: Bestimmen Sie Fahrer*in und Roadshow-Personal und legen Sie Verantwortlichkeiten fest.

2. ROUTENPLANUNG

- Standorte: Wählen Sie strategische Orte aus, an denen Ihre Zielgruppe gut erreichbar ist.
- Zeitraum festlegen: Bestimmen Sie den Zeitraum der Roadshow. Achten Sie darauf, keine Urlaubszeiten oder andere wichtige Events zu überschneiden.
- Verfügbarkeit von Veranstaltungsorten prüfen: Buchen Sie geeignete Locations frühzeitig
- Transport organisieren: Planen Sie den Transport für das Team und Equipment zu den verschiedenen Standorten.
- Übernachtungen buchen: Falls die Roadshow über mehrere Tage geht, sollten auch Unterkünfte für das Team gebucht werden.
- Catering und Verpflegung: Planen Sie, wie Sie das Publikum und das Team vor Ort versorgen.



3. ÜBERNACHTUNG & VERPFLEGUNG

- Unterkünfte buchen: Wenn die Roadshow über mehrere Tage und Standorte läuft, müssen Hotels für das Team im Voraus gebucht werden. Suchen Sie Unterkünfte in der Nähe der Veranstaltungsorte, um lange Anfahrtswege zu vermeiden.

4. DURCHFÜHRUNG

- Tagesplanung: Stellen Sie sicher, dass Fahrer*innen und Team pünktlich an den Standorten sind.
- Koordination: Kommunizieren Sie laufend mit dem Team über Zeitpläne, mögliche Verzögerungen und Standorte.

5. NACHBEREITUNG

- Feedback: Sammeln Sie Rückmeldungen vom Team und eventuellen Veranstalter*innen, um Verbesserungen für künftige Roadshows zu identifizieren.



- Verpflegung sicherstellen: Planen Sie Pausen für Mahlzeiten ein, und sorgen Sie dafür, dass das Team während der Fahrten sowie vor und nach den Veranstaltungen ausreichend verpflegt wird. Catering vor Ort kann ebenfalls organisiert werden.

Rundum-Service: Agentur übernimmt Planung und Durchführung



„Wir überlassen das grundsätzlich den Ländern, haben aber meist einen externen Dienstleister (wie eine Agentur). Die Vertriebsmitarbeiter kommen dann zur Eventlocation selbst angereist unabhängig vom Truck. In Ausnahmefällen kann es auch mal dazu kommen, dass jemand von unseren Vertrieblern fährt.“

James Hardie

Wenn Sie eine **Agentur für die Planung und Durchführung einer Roadshow** buchen, übernimmt diese in der Regel viele der zeitaufwändigen und komplexen Aufgaben. Agenturen bieten umfassende Dienstleistungen, die von der Konzeption bis zur vollständigen Abwicklung reichen. Hier sind die **wichtigsten Aspekte einer Zusammenarbeit mit einer Agentur** für eine Tourenplanung und -umsetzung:

Eine spezialisierte Roadshow-Agentur bietet in der Regel ein Full-Service-Paket, das folgende Leistungen umfasst:

KONZEPTENTWICKLUNG UND KREATIVSTRATEGIE:

Die Agentur entwickelt ein maßgeschneidertes Konzept für die Roadshow basierend auf Ihren Unternehmenszielen, der Zielgruppe und dem Budget.

EVENTPLANUNG UND ORGANISATION:

Dazu gehört die Planung von Veranstaltungsorten, Programmablauf, Zeitmanagement und die Koordination aller beteiligten Parteien.

LOGISTIK UND TRANSPORT:

Die Agentur organisiert die gesamte Logistik, einschließlich des Transports von Equipment, Mitarbeiter*innen und Materialien zwischen den Standorten.

TECHNISCHE AUSSTATTUNG

Bereitstellung von Präsentationstechnik, Bühnenaufbauten, Licht- und Tontechnik sowie eventuelle technische Betreuung vor Ort.

MARKETING UND PROMOTION

Entwicklung und Durchführung von Marketingmaßnahmen, um die Roadshow zu bewerben, sei es durch Social Media, E-Mail-Kampagnen oder andere Werbemaßnahmen.

CATERING UND HOSPITALITY

Organisation von Verpflegung für Teilnehmer*innen und Team sowie andere Hospitality-Dienstleistungen (z. B. VIP-Betreuung).

KREATIVE INHALTE

Entwicklung von Branding-Materialien, Giveaways und interaktiven Erlebnissen, die auf die Marke abgestimmt sind.

Kombinierte Stärke: Eigene Mitarbeitende und Agentur für die Tourenplanung



1. ZIELE & KONZEPTE FESTLEGEN

Beginnen Sie mit der Definition der Ziele und der Zielgruppe Ihrer Roadshow. Legen Sie zudem ein Budget fest und definieren Sie den Zeitrahmen für die Umsetzung – diese Punkte kommen aus Ihrer Hand.

2. EIGENES TEAM AUFSTELLEN

Stellen Sie ein kompetentes Team zusammen, indem Sie die passenden Mitarbeitenden auswählen. Organisieren Sie Schulungen, um das Team optimal vorzubereiten, und legen Sie klare Rollenverteilungen fest.

3. AGENTUR FÜR LOGISTIK & FAHRTENPLANUNG AUSWÄHLEN:

Recherchieren Sie nach Agenturen, die sich auf die Logistik und Fahrtenplanung von Showtrucks spezialisiert haben. Idealerweise verfügen sie über Erfahrung in der Eventlogistik oder mit mobilen Roadshows. Anschließend führen Sie ein ausführliches Briefing durch, das folgende Punkte umfasst:

- Die Anzahl und Standorte der Events.
- Besonderheiten des Showtrucks (Größe, Gewicht, Ausstattung).
- Den Zeitplan und die erforderlichen Ankunftszeiten an den jeweiligen Standorten.
- Notwendige Genehmigungen, Parkmöglichkeiten und logistische Herausforderungen.

4. LOGISTIKPLANUNG MIT DER AGENTUR

- **Routenplanung:** Die Agentur erstellt eine detaillierte Route, die sowohl die geografischen Anforderungen der Roadshow als auch logistische Aspekte berücksichtigt.
- **Standortmanagement:** Die Agentur übernimmt die notwendigen Genehmigungen und stellt sicher, dass der Showtruck an den Veranstaltungsorten parken und aufgebaut werden kann. Sie prüft auch die örtliche Infrastruktur und Stromversorgung.
- **Timing und Koordination:** Die Agentur gewährleistet, dass der Showtruck pünktlich und sicher an jedem Standort ankommt, damit Ihr Team optimal vorbereitet und einsatzbereit ist.

5. INTERNE & EXTERNE ABSTIMMUNG

Eine klare Kommunikation zwischen Ihrem Team und der Agentur ist entscheidend für einen reibungslosen Ablauf der Showtruck-Logistik sowie für die Kundenpräsentationen.

6. MARKETING & PROMOTION

Je nach Ziel und Zweck der Roadshow können Sie Marketing- und Promotionsmaßnahmen vorbereiten, um die Sichtbarkeit und Reichweite zu erhöhen.

7. DURCHFÜHRUNG DER ROADSHOW

Nach der Roadshow ist eine gründliche Nachbereitung wichtig. Führen Sie eine Abschlussbesprechung durch, um Erfahrungen auszutauschen und Erkenntnisse für zukünftige Roadshows zu gewinnen.

8. NACHBEREITUNG & ABSCHLUSSBESPRECHUNG

Setzen Sie das geplante Konzept in die Tat um und sorgen Sie dafür, dass alles reibungslos verläuft.



WAS SAGEN UNSERE KUNDEN?

James Hardie ist stolz darauf, auf dem COB Forum 2023 den **Innovation Award von Point P Normandie für seinen Roadshow-Truck** erhalten zu haben

JAMES HARDIE



„Geht nicht, gibt's nicht“ – all unsere Wünsche und Ideen wurden aufgenommen, beraten und umgesetzt.

Auslieferungstermin wurde trotz sportlichem Terminplan eingehalten – das ist nicht selbstverständlich und sehr gut!

Auch im Nachgang steht uns die Firma Traderunner mit Service und Support zur Verfügung. **Einfach gesagt: eine tolle Zusammenarbeit!**

WÜRTH ELEKTRONIK



Alle Kunden, die wir mit dem Traderunner besucht haben, waren **begeistert von unserem Auftritt & den Vorföhrmöglichkeiten.**

....Hierbei kann auf persönliche Aufgabenstellungen und **Bedürfnisse ohne Zeitdruck ganz individuell eingegangen** werden.

AMF GMBH & CO.KG





KONTAKTIEREN SIE UNS GERNE

Phone: 08131 3106180

 [@traderunner](#)

 [@traderunner](#)