

»Der Schlüssel zum Messeerfolg« oder »Faszination Messe«

Nach einer repräsentativen Umfrage des EMNID-Instituts im Auftrag des AUMA stehen bei über 75 % der befragten 500 Unternehmen, die auf fachbesucherorientierten Messen ausstellen, Messeauftritte in ihrem Kommunikations-Mix an erster Stelle. *»Lust auf Begegnung«* heißt hierbei das Leitmotiv für das geschulte Standpersonal, denn persönliche Bindung durch ein freundliches und auswertbares Messegespräch ist noch jeder Online-Verbindung überlegen und zieht sogar an den Außendienstkontakten vor Ort vorbei. Apropos *geschultes Standpersonal* ... Unsere Messetrainings sind handfest und konkret in der Sache, und wir entwickeln das persönliche Auftreten und die kompetente Ausstrahlung des Standpersonals. Denn der erste Kontakt des Messebesuchers ist entscheidend für die künftige Kundenbindung.

Formulieren wir erst einmal die Messeziele. *»Was wollen wir erreichen?«*. Kompetenz zeigen, Trends setzen, Bekanntheitsgrad steigern, Kundenbindung stärken und/oder Neukunden gewinnen. Prognostizieren wir auch schon die Anzahl der Kundenkontakte, Geschäftsanbahnungen und Verkaufsabschlüsse. Dann folgt die Analyse des Messemarktes mit der Auswahl und Bewertung. *»Wo treffen wir unsere Zielgruppen?«* und *»Wie wollen wir uns beteiligen?«*. Erst nach einem (Grob-)Konzept *»Durch welchen Auftritt erreichen wir die geplanten Ziele?«* und einem (Roh-)Budget *»Was können/müssen wir für eine Messebeteiligung ausgeben?«* folgt die Entscheidung für den Messeauftritt.

Natürlich kostet jede Beteiligung eines Unternehmens an einer überregionalen und/oder internationalen Leitmesse auch Geld. Aber es lohnt sich. Rechnen wir doch kurz einmal durch: Standbau, Standmiete, Personal, Werbung, Transport, Versicherung und Exponate und dividieren wir dann die angenommenen Gesamtausgaben durch die Anzahl der SOLL-Kontakte. Schon erhalten wir einen Richtwert von etwa 150,00 bis 200,00 Euro pro Besucherkontakt. Das muss jedem bewusst sein! Umso wichtiger ist die systematische Messenacharbeit. Alle Impulse und Erkenntnisse aus dem Messeauftritt müssen genutzt werden bis hin zur konsequenten Nachfassaktion. Denn der interessierte Besucher - Entscheider oder Meinungsbildner - erwartet schon innerhalb einer Woche nach der Messe das vereinbarte (Teil-)Ergebnis auf seinem Tisch. Wenige Tage später müssen wir dann telefonisch nachfassen und zeitnah den Abschluss persönlich vor Ort suchen. Denn schließlich wollen wir erfolgreich verkaufen!

Ihr Messeauftritt: *Wir machen Sie fit!*

BCT Brettschneider Consulting & Training

Dipl.-Ing. Bernd Brettschneider

Bornstraße 19

30890 Barsinghausen - in der Region der Messestadt Hannover

Telefon: 0 51 05 - 51 48 92

Telefax: 0 51 05 - 49 60

E-Mail: bb@bct-net.de

Homepage: www.bct-net.de