



Arbeiten Sie konsequent an Ihren Messeerfolgen!

Oliver Schumacher, Verkaufstrainer und zweifacher Fachbuchautor aus Lingen, gibt anlässlich der Business Plus exklusiv für die Zeitung Wirtschaftsecho Tipps, wie Sie als Aussteller von der Messe noch stärker profitieren. Angesichts der Tatsache, dass viel Geld und Zeit für die Messebeteiligung investiert wird, scheinen manche Aussteller ihre Beteiligung vorrangig unter dem olympischen Gedanken „Dabei sein ist alles!“ zu sehen. Damit Ihr Messeauftritt nicht nur Geld kostet, sondern auch Geld bringt, empfiehlt der 38-jährige folgende Punkte zu berücksichtigen:

Setzen Sie vorab klare Ziele!

Welche Ziele wollen Sie eigentlich durch Ihre Messebeteiligung erreichen? Ab wann hat sich Ihr Einsatz gelohnt? Wollen Sie vorrangig neue Kunden oder bestehende Kunden und Ihr Image pflegen?

Laden Sie rechtzeitig Ihre Zielgruppe ein!

Wissen Ihre (Wunsch-)Kunden, dass Sie auf dieser Messe sind? Mit welchem Anreiz können Sie diese zur Messe locken? Was wollen eigentlich die Besucher und wie können Sie daraus für sich Kapital schlagen? Was können Sie tun, um sich klar und nachhaltig von Ihren Mitbewerbern auf der Messe abzusetzen, so dass Sie in bester Erinnerung bleiben?

Setzen Sie klare Richtlinien für das Standpersonal!

Wer hat welche Aufgabe? Wer ist dafür verantwortlich, dass Exponate funktionieren, Proben ausliegen, Verpflegungsnachschub rollt und dergleichen? Wie lange sollte höchstens ein Gespräch dauern? Weiß jeder, wann seine Arbeitszeiten, Vertretungszeiten und Pausen sind? Weiß jeder, dass er vorrangig mit Besuchern und nicht mit Kollegen reden soll?

Trainieren Sie konsequent das Standpersonal!

Wie sollen Besucher angesprochen bzw. begrüßt werden? Nach welchem System sollen welche Fragen gestellt werden? Wie sollen welche Daten erfasst werden? Wie kann sich Ihr Personal wertschätzend, freundlich und professionell verhalten? Wie soll mit Einwänden und Vorbehalten umgegangen werden?

Bereiten Sie die Messe konsequent nach!

Was ist gut gelaufen? Was verlief schlecht? Was können Sie daraus für Ihre nächste Messebeteiligung lernen? Wer kümmert sich eigentlich um die Nachverfolgung der Gesprächsergebnisse?

Hier noch ein paar Beispielformulierungen:

„Ich sehe, Sie schauen sich gerade das Produkt XY an. Wie denken Sie darüber?“, „Mal angenommen, Sie würden es nehmen. Was müsste sein, damit Sie sagen können: Ja, der Kauf hat sich wirklich gelohnt?“, „Gerne schicke ich Ihnen ein Angebot. Wann soll ich es mir auf Wiedervorlage legen?“

Damit Sie schnell und einfach an die Kundendaten kommen, tauschen Sie bitte zu Beginn die Visitenkarten aus. Wenn Sie sich vorstellen mit „Ich bin Vorname Name!“, und dabei Ihre Visitenkarte überreichen, geben automatisch schon viele Ihre Karte heraus. Und wenn nicht, dann sagen Sie: „Darf ich bitte Ihre auch haben?“. Schauen Sie sich die Karte kurz an – und stecken diese nicht gleich unbesehen weg. Vielleicht geben sich schon daraus weitere Anknüpfungspunkte.

*Kontakt: Oliver Schumacher, Telefon 0591-6104416,
www.verkaufsergebnisse.de.*