

Messe – aber günstig!

Meiner Einschätzung nach ist eine Messe immer noch ein unverzichtbares Marketinginstrument. Denn auch – oder gerade – im Zeitalter der online Kommunikation bekommt die persönliche Ansprache wieder mehr Bedeutung. Aber wie wird eine Messebeteiligung auch wirklich zum Erfolg?

Messeziel

Zuerst gilt es, das Messeziel zu definieren, z.B.

- Gewinnung von Neukunden
- Pflegen und Vertiefen von bestehenden Kontakten
- Vorstellung von Produkt-/Dienstleistungsneuheiten
- Erschließung neuer Märkte
- Steigerung des Bekanntheitsgrades

Messeauswahl/Zielgruppenanalyse

Wer nicht weiß, welche Messe für ihn die richtige ist, kann sich bei der Auma informieren (www.auma.de). Hier erhält man Informationen über Art der Veranstaltungen, Termine, Zielgruppen, Besucherstrukturen, etc. Ohne eine fundierte Zielgruppenanalyse ist die Messebeteiligung wie das Angebot eines Büromöbelherstellers an einen Puppenhausfarikanten.

Messekosten

Für Unternehmen und Trainer, die Kosten sparen wollen, bieten sich oft Kooperationen mit anderen Firmen oder Gemeinschaftsstände an. Diese Beteiligungen sind oft schon unter 1.000,- € (ohne Personalkosten) möglich.

Messepersonal

Die meisten Aussteller sind der Meinung, das wichtigste auf einer Messe sind die Produkte. Weit gefehlt: Nur 40 % des Erfolges gehören den Produkten, 20% der Standgestaltung, aber weitere 40 % dem Standpersonal. So punktet man z.B. schon mit der Vermeidung von eingefahrenen Formulierungen wie: „Kann ich Ihnen helfen...“, die von ca. 98 % des Messepersonals angewandt wird und mit einem klaren „Nein“ abgeschmettert werden kann. Vermeiden Sie geschlossene Fragen und versuchen es einfach mal mit: „**Wie** kann ich Ihnen helfen?“ Damit ist der erste Schritt zu einem weiterführenden Gespräch bereits getan.

Messevorbereitung

Bei der Messevorbereitung haben sich Checklisten bewährt, z.B. für:

- Kostenkalkulation
- Standgestaltung
- Standausrüstung
- Logistik

Diese Checklisten sollten nach jeder Messe auf Aktualität überprüft und ggf. ergänzt werden. Dadurch ersparen Sie sich bei der nächsten Messe das erneute Durchdenken der Abläufe und können auf gemachte Erfahrungen zurückgreifen. Das spart Zeit und vermeidet Fehler.

Messeaktionen

Prüfen Sie, ob es zusätzliche Präsentationsmöglichkeiten auf der Messe gibt, zu denen Sie sich anmelden können, z.B. zu Vorträgen, Diskussionsforen o.ä.

Einladungen

Laden Sie Ihre Zielgruppen persönlich ein. Am besten mit einer etwas anderen Gestaltung und Ansprache als Ihre Mitbewerber. Konzipieren Sie die Einladungen mit dem Herzen Ihrer Zielgruppe.

Messenachbereitung

Verschicken Sie die gewünschten Unterlagen sofort nach der Messe und vereinbaren Sie spätestens 1 Woche nachher Termine.

Als Kundenbindungsmaßnahme bieten sich auch Danke-Briefe an die Besucher oder zur erneuten Kontaktaufnahme „Schade-daß-Sie-nicht-kommen-konnten“ Schreiben an.

Erfolgskontrolle

Machen Sie unbedingt eine Erfolgskontrolle. Nur so können Sie feststellen, ob sich Ihre Messebeteiligung auch gerechnet hat. Dazu gehört aber nicht nur das Zählen der Gesprächsberichte, sondern die konkrete Auswertung anhand des definierten Messezieles.

13 Tipps für eine erfolgreiche Messebeteiligung

1. Formulieren Sie ein konkretes Messeziel
2. Definieren Sie Ihre Zielgruppe
3. Treffen Sie Ihre Messeauswahl
4. Prüfen Sie, ob sie dort die gewünschte Zielgruppe erreichen
5. Legen Sie eindeutige Zuständigkeiten für die Messedurchführung fest
6. Bereiten Sie die Messe mit Checklisten vor
7. Bereiten Sie sich und Ihr Standpersonal professionell auf die Messe vor
8. Erstellen Sie Einladungen für Kunden und Interessenten
9. Informieren Sie sich über den Wettbewerb auf einem Messerundgang
10. Verlassen Sie Ihren Stand nur zu günstigen Zeiten
11. Nehmen Sie Ihr Handy mit auf den Rundgang
12. Planen Sie genügend Zeit für die unverzügliche Nachbereitung ein
13. Machen Sie eine Erfolgskontrolle

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine erfolgreiche Messebeteiligung. Gerne können Sie mich für weitere Tipps oder eine Beteiligung auf dem GABAL Gemeinschaftsstand anrufen.

Christiane Wittig, wws weiterbildung – seminare+coaching

Heidestr. 4, 85757 Karlsfeld b. München, Tel.: 08131 29 222 36 email:

info@wws-wittig.de

Internet: www.wws-wittig.de