

Messeauftritte erfolgreich nützen

Ausgangssituation

Messeaussteller investieren oft viel Vorbereitungszeit und finanzielle Ressourcen in einen professionellen physischen Messeauftritt: Standbau, Technik, Präsentationen, Ausstellungsstücke etc. All dies stellt eine gute Grundlage dar. Wesentlich für den Erfolg eines Messeauftritts ist allerdings auch eine wirksame persönliche Interaktion mit den Messebesuchern. Oft sind Vertreter der ausstellenden Unternehmen auf diese Aufgaben nicht optimal vorbereitet. Verschärft kann dies dadurch sein, wenn MitarbeiterInnen das Unternehmen auf der Messe vertreten, die Kundenkontakt - oder eine solche spezielle Art von Kundenkontakt - nicht gewohnt sind.

Eine erfolgreiche Messenvorbereitung muss diese Faktoren ebenso berücksichtigen.

Zielgruppe

- > Alle Personen, die einen Messeauftritt für ihr Unternehmen vorbereiten. Im speziellen jene Personen, die das Unternehmen auf der Messe am Stand vertreten.
Optimale Gruppengröße: 4-12 Personen.

Inhalte und Ziele

- > Messenvorbereitung
- > Die spezielle Gesprächssituation auf einer Messe
- > Struktur eines effizienten Messegespräches
- > Aktive Kundenansprache
- > Geeignete Fragearten
- > Nutzenorientierte Präsentation
- > Umgang mit „Vielrednern“
- > Abschluss, Vereinbarungen mit dem Kunden
- > Professionelle Nachbearbeitung, Folgeaktivitäten

Methoden

- > Impuls-Vorträge
- > Praktische Übungen, Videoanalysen,
- > Performance UPGRADE ©, Erfahrungsaustausch und Diskussion
- > Skriptum

Dauer

- > 1-2 Tage, je nach Teilnehmerzahl und Bedarf an praktischen Übungen. Optional sind Transferübungen und eine Begleitung der Implementierung des Gelernten in der Praxis durch UPGRADE möglich.