

Messeknigge

EXHIBIT SOLUTIONS BY

EXPO
former

www.EXPOformer.ch

EXPOformer AG, 9.6.2009, Messeknigge

Messeknigge - Ihre nächste Messe kommt bestimmt

Bleiben Sie nach der Messe an Ihren Interessenten dran.

Viele Messebesucher machen auf dem Stand weder einen Termin aus, noch geben Sie gleich eine Bestellung auf. Deshalb sollten Sie nach der Messe, gerade diese Interessenten noch einmal ansprechen.

Nutzen Sie folgende Praxistipps:

1. Holen Sie sich die Zustimmung des Besuchers für einen Kontakt nach der Messe, und zwar schon während des Gesprächs auf dem Stand. Machen Sie entsprechende Gesprächsnotizen.
2. Geben Sie die Initiative nie aus der Hand. Lassen Sie sich nicht verträsten, wenn der Besucher sagt, dass er sich selber melden will.
3. Anrufen ist besser als anschreiben. Telefonieren Sie mit dem Kunden und lassen Sie sich nicht von der Sekretärin abwimmeln (Tipps im Telefontraining).
4. Suchen Sie einen Gesprächsaufhänger der individuell ist, so dass Sie nicht immer dasselbe sagen. Am besten beginnen Sie mit dem Thema, bei dem es bei der Messe die grösste Übereinstimmung gab.
5. Besser zu früh als zu spät melden. Rufen Sie also wenige Tage nach der Messe gleich an. Warten Sie nicht bis Ihre Mitbewerber sich gemeldet haben.
6. Sprechen Sie dann den Grund Ihres Anrufes an, z.B. Besuch, Präsentation oder Einladung in Ihr Werk, oder um das individuelle Angebot zu besprechen.

Richtiges Auftreten und Verhalten am Messestand

1. Unaufmerksam sein oder in eine andere Richtung zu schauen, während jemand mit Ihnen spricht, ist kein gutes Benehmen, Aufmerksamkeit ist eines der grössten Komplimente, die sie einer anderen Person machen können. Zeigen Sie Interesse bei Augenkontakt.

2. Schlaffer Händedruck

Ein schlaffer Händedruck erweckt den Eindruck, dass Sie unsicher und nicht von sich selbst überzeugt sind. Deshalb: Geben Sie Ihrem Gegenüber einen festen Handschlag. Das zeigt Selbstvertrauen, Herzlichkeit, Offenheit und Aufrichtigkeit. Aber Vorsicht: Zerquetschen Sie nicht seine Hand! Dies ist nicht nur ein Zeichen für Dominanz und Unsensibilität, sondern es macht Sie auch unbeliebt.

3. Rauchen

Vermeiden Sie es am Messestand zu rauchen. Einzige Ausnahme: Wenn der Interessent bereits raucht oder bei der Unterhaltung signalisiert, dass er Raucher ist, können Sie es ihm höflichkeitshalber anbieten.

4. Jackett tragen

Legen Sie niemals das Jackett ab. Ausnahme: Beim Gespräch in der Sitzecke.

5. Zuviel Alkohol

Kontrollen Sie Ihr Trinkverhalten. Sie denken vielleicht, dass Sie im Moment oder zum Ende des Messetages viel Spass haben, aber Ihre Mitmenschen werden von diesem Zeitpunkt an sehr wenig von Ihnen halten.

6. Zu wenig Abstand

Jeder Mensch hat eine Intimzone um sich herum, ca. 50cm. Keiner mag es, wenn andere in diese Zone eindringen, ohne vorher eingeladen worden zu sein. Wenn es doch passiert, versucht jeder Mensch auszuweichen. Wenn Sie zu nah sind, merken Sie es, wenn der andere zurückweicht.

7. Laut reden

Sprechen Sie nicht mit lauter Stimme. So wirken Sie anmassend und aufgeblasen. Ihre Stimme sollte ruhig und Ihr Tonfall gleichmässig und dem Gesprächspartner angemessen sein.

8. Zur gleichen Zeit reden

Unterbrechen Sie nie Ihren Gesprächspartner. Lassen Sie ihn ausreden, bevor Sie antworten. So sind Sie höflich, und auch er kann Ihnen dann besser zuhören und verstehen, was Sie sagen.

9. Mundgeruch

Achten Sie immer darauf, dass Sie für den Gesprächspartner einen angenehm zu empfindenden Atem haben (Minzebonbons oder ähnliches, aber keine Kaugummis).

10. Hand auf die Schulter legen

Solange Ihr Gesprächspartner nicht ein alter Freund von Ihnen ist, ist die Hand der einzige Ort, an dem Sie eine andere Person anfassen dürfen. Sie denken vielleicht, dass Ihre Geste unschuldig ist, aber andere können sie als sehr unangenehm empfinden.

Messenotizen

Machen Sie sich Notizen über Neukunden und Interessenten am Messestand? Nur die Visitenkarte oder einige Stichpunkte auf verstreuten Zetteln helfen Ihnen da allerdings nicht weiter.

1. Erstellen Sie einen Kontaktreport

Hier tragen Sie die für Sie relevanten Daten des Besuchers ein. Genau so, wie die Vereinbarungen getroffen wurden. Benutzen Sie dazu nicht ein leeres Blatt Papier, sondern einen Vordruck. Das wirkt professionell und bringt eine Systematik in Ihre Notizen.

2. Arbeiten mit dem Messeskript

Fangen Sie nicht sofort an zu schreiben. Lassen Sie sich nach der Begrüßung noch etwas Zeit mit Ihren Fragen, sonst fühlt sich der Besucher wie im Verhör. Nehmen Sie den Block erst nach einer „Anwärmphase“ hinzu. Dann können Sie ganz offen zeigen, dass Sie sich Notizen machen. Ihr Kunde sieht daran, dass Sie ihn ernst nehmen. Aber Achtung: Wenn Sie mit dem Ausfüllen beginnen, fragen Sie nicht nach Informationen, die Sie aus der Visitenkarte entnehmen können. Diese Daten, bitte auch erst später, selber von der Karte übertragen. Behandeln Sie Ihren Messenotizen nicht als geheime Kommandosache. Ihr Kunde darf miterleben, was Sie schriftlich festhalten. Begründen Sie kurz, warum Sie etwas notieren. Schreiben Sie alle erhaltenen Informationen während des Gesprächs auf und nicht hinterher. So sind Sie sicher, dass Ihr Messeskript vollständig ist.

Messegespräche

Um Mitbewerber und Marktbegleiter sofort zu erkennen, fragen Sie immer nach der Visitenkarte. Wenn er/sie keine hat, nach seiner Firma und Funktion! Der eine will sich informieren, der andere sucht das Gespräch um Erfahrungen auszutauschen, und der Dritte ist entschlossen zu kaufen. In diese drei Kategorien lassen sich Messebesucher einteilen. Diejenigen, die sich nur informieren wollen, stehen meistens ganz vorne und erhalten auf diese Weise oft die ganze Aufmerksamkeit des Verkäufers. Dagegen stehen Messebesucher, die Ihren Geschäftsabschluss unter Dach und Fach bringen wollen, bei Präsentationen oft etwas abseits. Sie sind bereits rundum informiert und haben die Kaufentscheidung schon getroffen. Achten Sie also im Besonderen auf die etwas schüchternen und im Hintergrund bleibenden Besucher. Vorführungen am Messestand sollten nicht länger als zehn Minuten dauern. Warum? Besucher verweilen im Durchschnitt nur fünfzehn Minuten an einem Stand.

Abhängigkeit des Messeerfolges von Ihrem Verhalten

1. Stellen Sie sich vor Ihren Stand und grüssen Sie die Vorbeikommenden. Verbarrikadieren Sie Ihren Stand nicht mit Tischen und Schränken, durch die sich ein Interessent erst einen Weg bahnen muss. Setzen Sie sich auch nicht in Ihre Besprechungsecke oder, wenn vorhanden, an die Getränkebar. Auch nicht um sich mit Kollegen zu besprechen. Demonstrieren Sie Präsenz und zeigen Sie Ihr Interesse an den Besuchern.

2. Kunden ansprechen

Warten Sie einen Augenblick... nehmen Sie zuerst freundlichen Blickkontakt auf. Überfallen Sie den Interessenten nicht, kaum dass er Ihren Stand betreten hat! Verwenden Sie dann möglichst nicht diese abgedroschene Frage: „Kann ich Ihnen helfen?“ Zumal es sich um eine geschlossene Frage handelt. Sagen Sie besser: „Wie gefällt Ihnen unser Messestand?“ oder/ und „Welche Neuigkeiten haben wir heute anzubieten?“ „Gerne informiere ich Sie kurz über unsere Besonderheiten“.

3. Behandeln Sie alle Besucher mit grösster Aufmerksamkeit

Auch jemand, der scheinbar desinteressiert durch Ihren Stand schlendert, könnte ein potentieller Kunde sein. Vielleicht weiss er selbst noch nicht, dass Ihr Produkt die ideale Lösung für sein Problem ist. Umgekehrt muss nicht jeder, der Ihnen Löcher in den Bauch fragt, ein echter Interessent sein. Vielleicht ist er von der Konkurrenz oder er will sich nur die Langeweile vertreiben. Fragen Sie nach der beruflichen Position des Kunden und nach seinen Interessen, um so diplomatisch und schnell die Spreu vom Weizen trennen zu können.

4. Genügend aussagefähiges Informationsmaterial

Tipp: Ein DIN-A4-Blatt, auf dem Sie eine Kurzbeschreibung Ihres Unternehmens und Ihres Angebots geben. Damit kann ein Interessent sehr schnell sehen, ob eine Zusammenarbeit überhaupt in Frage kommt oder nicht. Sie sparen sich damit viel unnötig zu verschickendes Informationsmaterial!

5. Bereiten Sie sich auf eine mündliche 30-Sekunden-Kurzbeschreibung Ihres Angebots vor. Kurz und sehr simpel kann dann verbal schnell eine Information weitergegeben werden.

6. Denken Sie langfristig - Der Umsatz, den Sie auf der Messe machen, ist nicht das Mass aller Dinge. Worauf es ankommt, sind die dadurch gewonnenen Kontakte und der langfristig daraus entstehende Folgeumsatz.

Messeaktionen. Weniger ist mehr

Besondere Messeangebote
Gleiche Kleider des Standpersonals (Beispiel Krawatte)
Karikaturist
Zauberer
besondere Gerüche (Duftlampen)
Spiele
Moderationen / Vorführungen
Bewirtung, kleinere Leckereien
Körpersprache:

Schauen Sie den Menschen in die Augen. Die Pupillen sagen beim größer werden... sympathisch und angenehm, beim kleiner werden... unangenehm und verärgert.

Blicken Sie auch auf das dritte Auge. Dabei entsteht der Eindruck, dass man durch den anderen hindurchsieht. Dieses Hindurchsehen (in die Seele schauen) wirkt stark beeinflussend und wird unter anderem auch von Therapeuten zur Einleitung einer Hypnose benutzt.

Das EMMA Prinzip:

Erwartung
Mit welchen Erwartungen kommen die Besucher?

Meinungen
Mit welchen Meinungen kommen die Besucher. Meinungen zu unserer Firma, zu den Angeboten, zu unserer Präsentation?

Motivationen
Welche Motivationen können Sie ansprechen? Was wollen die Besucher und was sind Ihre Ziele?

Anlass
Was ist der Anlass der Anwesenheit?
Kommen die Besucher freiwillig, gerne, gezielt oder zufällig?

Kommen die Besucher freiwillig, gerne, gezielt oder zufällig?

Weitere Informationen zum Thema:

Andreas Weller Seminare, Schönblick 9

74535 Mainhardt

Tel.07903/2945, Fax 07903/2947

andreaswellerseminare@web.de

www.AndreasWellerSeminare.de

©Alle Rechte bei Andreas Weller Seminare