

# E-NEWS AUSSTELLUNGS- UND MESSEERFOLG

## Inhalt

### 1. Wirkung:

So punkten Sie mit  
Ihrem Auftritt

### 2. Checkliste:

So vergessen Sie  
nichts Wesentliches

## Begegnungs- und Wirkungsort

Ausstellungen und Messen sind für viele Unternehmen ein ganz wichtiger Begegnungs- und Wirkungsort. Es gibt wohl kaum einen anderen Ort, wo man in kurzer Zeit eine so grosse Anzahl an persönlichen Kontakten realisieren kann.



Persönliche Kontakte sind gerade in dem gegenwärtigen – oft auch etwas unpersönlichen Marktumfeld – sehr wichtig. Für viele Unternehmen und Branchen bieten Ausstellungen und Messen daher grosse Chancen.

Der Erfolg ist stark abhängig vom persönlichen Einsatz der Mitarbeiter, die das Unternehmen vor Ort vertreten. Daher kommt einer sorgfältigen Vorbereitung des Auftritts besondere Bedeutung zu. Auf den folgenden Seiten finden Sie daher speziell Ideen und Tipps wie Sie:



**Den Auftritt Ihrer Mitarbeiter durch gezielte und persönliche Vorbereitung optimieren**



**Kontakte wirksam knüpfen, auswerten und gezielt weiterverfolgen**



**Die Wirkung optimal auswerten und wichtige Kontaktadressen gezielt nachbearbeiten**

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg, Ihr

*Christian H. Fravi*

*Ch.H. Fravi*

Christian H. Fravi, lic.oec.HSG  
Training und Beratung  
Gaichtstr. 30  
CH-2512 Tüscherz  
Tel. +41 79 611 42 69 oder  
Tel. +41 32 325 35 80  
[christian@fravi-training.ch](mailto:christian@fravi-training.ch)

[www.fravi-training.ch](http://www.fravi-training.ch)

# 1. Wirkungsfaktoren Ihres Auftrittes:

## Gesamtübersicht:



## 1. Vorbereitung:

Die wichtigste Frage bei der Vorbereitung ist die nach den mit dem Auftritt verbundenen Zielen. Nur wer klare Ziele hat, kann die personellen und finanziellen Mittel optimal einsetzen. Mögliche Ziele können etwa sein:

- Unternehmens- und oder Produkte- bzw. Dienstleistungspräsentation
- Kontakte knüpfen und vertiefen
- Kunden gewinnen und binden
- Verkaufen

aber auch andere Ziele wie z.B.

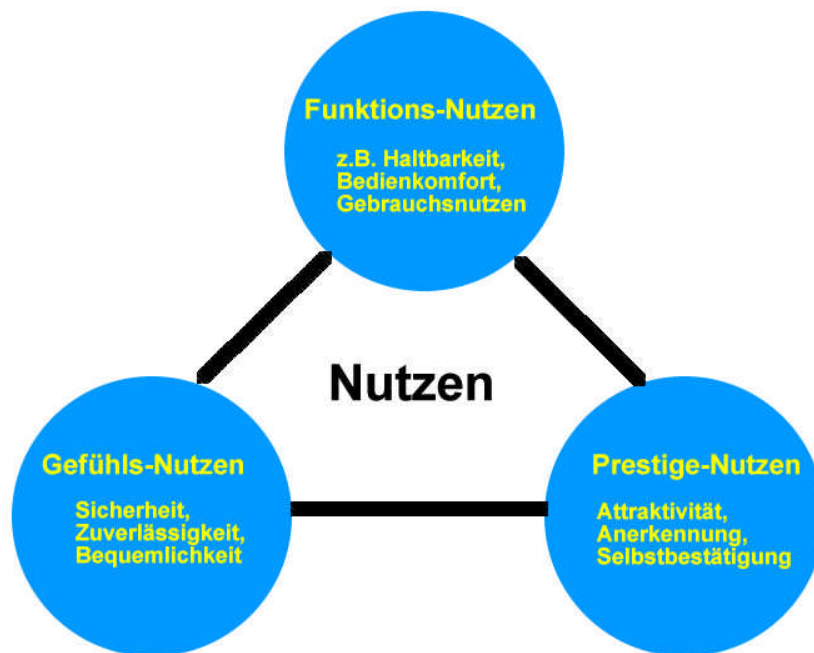
- Imageaufbau, Marktübersicht, Marktpositionierung, Wettbewerbsanalyse

Zu einer guten Vorbereitung gehört natürlich auch die Planung und Beschaffung der erforderlichen finanziellen und personellen Mittel. Diese müssen rechtzeitig geplant werden.

## 2. Unser Angebot:

Jedes Unternehmen hat einzigartige Merkmale (USP oder Alleinstellungsmerkmale). Dies gilt es klar beim Messeauftritt hervorzuheben. Wichtige Fragen bei der Klärung der Punkte sind:

- Was sind die wichtigsten Besucher- bzw. Kundennutzen?
- Wie sieht das der Besucher bzw. Kunde? (vor allem, was hat er davon)
- Wie können wir den Nutzen am besten dem Besucher bzw. (noch nicht) Kunden kommunizieren



Besonders wirksam kann auch die Verbindung von Nutzen mit einem umsetzbaren Erlebnis an der Messe sein z.B.:



- Bank – Fondsperformancerechner mit Eingabe Ausgangswert und Ausgabe Endsumme
- Industrieunternehmung – Produktionsdemo bzw. Simulation
- Bäckerei – Brotbackdemo mit Kostprobe

## 3. Auftritts- und Ausstellungsumfeld:

Dazu gehören alle Umfeld Faktoren (ökonomisch, sozial, politisch und ökologisch). Im Besonderen ist aber z.B. auf Folgendes zu achten:

- Mitbewerber – wie treten diese auf – was sind ihre Stärken und Schwächen und insbesondere wie können wir uns von ihnen wirksam unterscheiden bzw. hervorheben
- Ausstellungs- und Messebesucher – handelt es sich um eine Fachveranstaltung oder ist es eine Publikumsveranstaltung?

- Besuchertypen z.B.

Typ	Bild	Ansprache -Massnahmen
Intensiver Ausstellungs- und Messenutzer		Dokumentation Zeit haben (nicht warten lassen) Bedarfs- bzw. Potenzialabklärung Nachbearbeitung
Punktuelle Nutzer		Bedarfsabklärung Intensive Behandlung wenn angebracht Nachbearbeitung
Bummler		Potenzial rasch einschätzen Engagieren z.B. mit Selbsttests etc. Nachbearbeitung nur wenn Potenzial gesehen wird
Praxisorientierter Nutzer		Bedarfsabklärung Intensive Behandlung durch Fachprofi Nachbearbeitung (rasch und persönlich)

#### 4. Auftritt und Präsentation:

In einer Zeit, in der Produkte und Dienstleistungen immer austauschbarer werden, werden das Gefühl und der Geist immer wichtiger.

Nicht was wir besichtigen bzw. kaufen, sondern wie wir uns dabei fühlen, wenn wir besichtigen bzw. kaufen, wird zum entscheidenden Differenzierungskriterium.




Auftritte sind oft Schwerstarbeit für die dabei auftretenden Mitarbeiter. Lange Präsenzzeiten, Eingehen auf unterschiedliche Besuchertypen, schlechte Beleuchtungs- und Belüftungsverhältnisse sind nur einige der erschwerenden Faktoren.

Dennoch und gerade deshalb hat der Besucher eine optimale Betreuung verdient. Er hat unter Umständen auch eine lange Arbeits- bzw. Anreisezeit hinter sich. Er leidet eventuell auch unter Zeitdruck.

Kurz auf den Punkt gebracht: Einstellung und Motivation sind Matchentscheidend!

Neben dem inneren Auftritt (Motivation und Einstellung) ist auch der äussere Auftritt sehr wichtig. Dazu gehört u.a. das Erscheinungsbild der Mitarbeiter, Kleidung, Hygiene, Begrüssung und Kommunikation und nicht zu vergessen die Körpersprache.

Im weiteren erwartet der Messebesucher Orientierungshilfen durch visuelle Information:

<b>Fernererkennung</b>		Ziel: Interesse wecken Mittel: Grösse und Lage des Standes, Farbgestaltung, Aktionen und Aktivitäten
<b>Naherkennung</b>		Ziel: Rahmen für das Thema schaffen Mittel: Firmenlogo, Grafiken, Dias
<b>Detailerkennung</b>		Ziel: Information Mittel: Broschüren, Filme, Grafische Darstellungen

## 5. Spezialthemen:

Situation	Massnahmen
Zu wenige oder gar keine Besucher:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorbereitung</li> <li>- Auftrittsort, Zeit und Messeauswahl</li> <li>- Ursachenanalyse (z.B. Wetter etc.)</li> </ul>
Zu viele Besucher:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Standgrösse</li> <li>- Flexibler Personaleinsatz</li> <li>- Besucher engagieren – Wettbewerb mit Adressaufnahme....</li> </ul>
Beschwerde und Reklamation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Checkliste für Umgang damit</li> <li>- Schulung des Personals</li> <li>- Reklamation als Chance sehen</li> </ul>
Vielredner:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keine neuen Themen anschneiden</li> <li>- Evtl.. Termin nach Messe vereinbaren</li> <li>- An der Bar zu einem Drink an einen anderen Mitarbeiter übergeben</li> </ul>

## 6. Auswertung bzw. Nachbearbeitung:

Hier liegt oft ein Schwachpunkt begraben. Keine bzw. Mangelnde Nachbearbeitung und Auswertung eines Auftrittes kann die Wirkung massiv beeinträchtigen. In schweren Fällen kann man sagen, dass das Geld buchstäblich zum Fenster rausgeworfen wurde.

Zur Nachbearbeitung gehören insbesondere Nachfassaktionen z.B.:

- Dankeschreiben an wichtige Kunden
- Schnelle Zusendung von Unterlagen
- Nachfasstelefonate
- Terminvereinbarung
- Anfragenbearbeitung



Zur Auswertung gehört auch ein Abschlussbericht. Wesentliche Punkte dabei sind:

- Anzahl der Besucher (am Stand und an der Ausstellung- oder Messe insgesamt)
- Interessenschwerpunkte
- Auswertung der Besucher am Stand nach Branche, Beruf, Funktion etc.
- Auswertung von Werbemaßnahmen im Zusammenhang mit dem Auftritt
- Presseresonanz
- Kostennachkalkulation
- Auswertung von Kritik und Anregungen (zum Stand, zum Produkt, zur Firma etc.)
- Schlussfolgerungen für weitere Veranstaltungen

## 2. Checkliste für Messeauftritte:

Punkte	Bemerkungen
<p><b>1. Vorbereitung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ziele für Unternehmenspräsentation</li> <li>- Kontaktziele (Quantität und Qualität)</li> <li>- Verkaufsziele</li> <li>- Imageziele</li> <li>- Positionierung gegenüber anderen Anbietern</li> </ul>	
<p><b>2. Unser Angebot:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wichtigste Besuchernutzen</li> <li>- Wie kann ich den Nutzen kommunizieren</li> <li>- Einzigartige Merkmale</li> </ul>	
<p><b>3. Messeumfeld:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitwettbewerber – Stärken und Schwächen</li> <li>- Fach- oder Publikumsmesse</li> <li>- Besuchertypen – spezifische Ansprache</li> </ul>	
<p><b>4. Auftritt und Präsentation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorbereitung, Einstellung und Motivation des Personals</li> <li>- Fernerkennung, Naherkennung und Detailerkennung des Standes</li> <li>- Standfunktionen (Präsentationsebene, Besprechungsraum, Lager etc.)</li> </ul>	
<p><b>5. Spezialfragen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besucheranzahl und Besucheranfall</li> <li>- Umgang mit Vielrednern</li> <li>- Umgang mit Beschwerden und Reklamationen</li> </ul>	
<p><b>6. Auswertung bzw. Nachbearbeitung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasche Auftragsabwicklung</li> <li>- Dankeschreiben an wichtige Kunden</li> <li>- Rasche Zusendung von Unterlagen</li> <li>- Nachfasstelefonate</li> <li>- Terminvereinbarung</li> <li>- Rasche Anfragenbearbeitung</li> <li>- Abschlussbericht</li> </ul>	

# **Leser-Service: Ein Gespräch über einen Erfolgreichen Ausstellungs- und Messeauftritt**

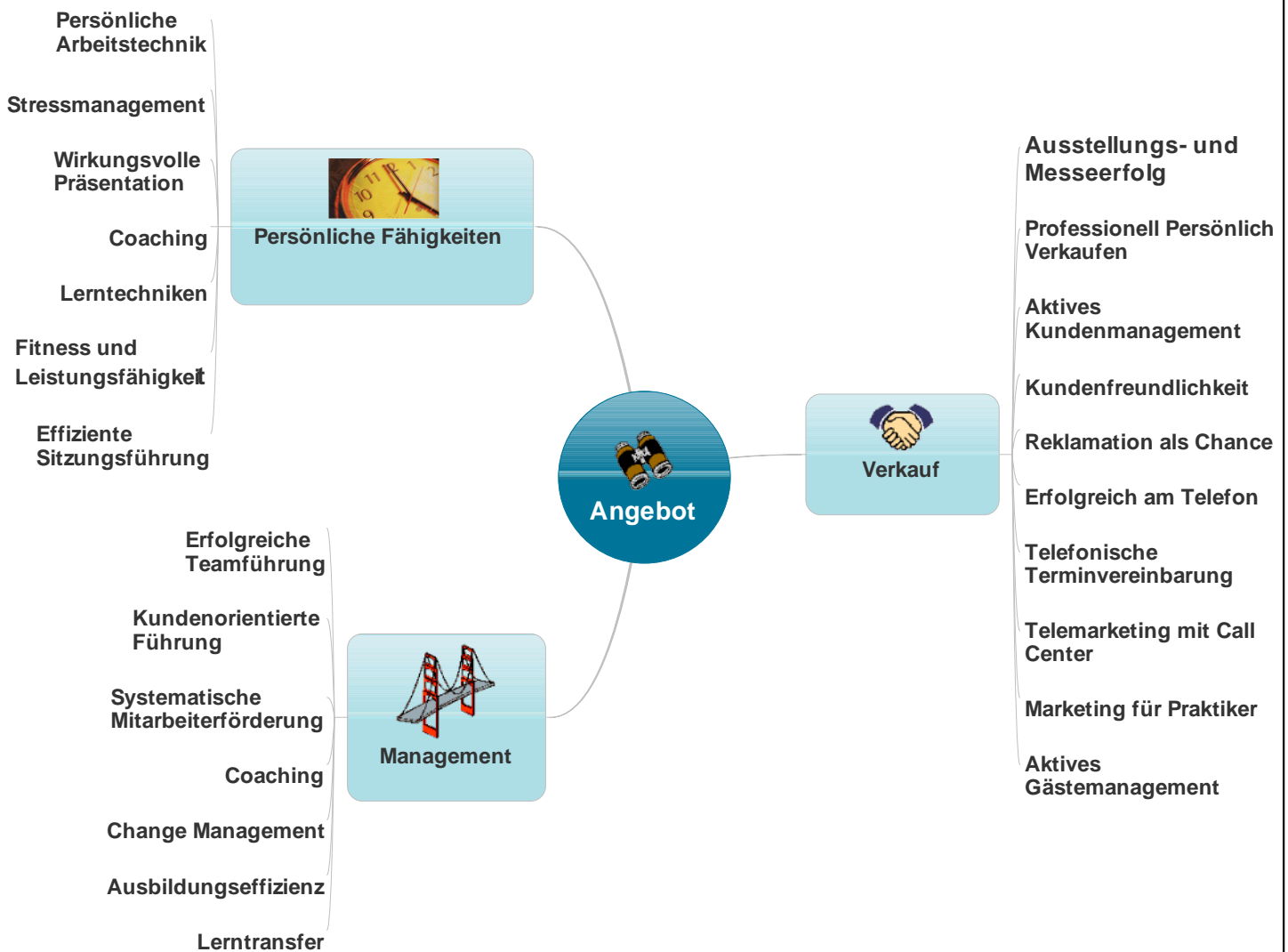
**Wollen auch Sie in Ihrem Unternehmen zusätzliche Zeit und Effizienz gewinnen und mit den Tipps aus diesen E-News etwas Neues ausprobieren?**

**Dann unterstütze ich Sie gerne mit einer weiteren Leistung: Ich offeriere Ihnen ein Gespräch über den Ausstellungs- und Messeauftritt in Ihrem Unternehmen. Sie können mich auch als zweite Meinung (second Opinion) zur Vorbereitung beiziehen.**

**Fordern Sie ein kostenloses Gespräch an. Senden Sie dazu einfach ein Mail mit der Angabe Ihres Namens und dem Vermerk „Gespräch Ausstellungs- und Messeauftritt “ an folgende Adresse:**

**[christian@fravi-training.ch](mailto:christian@fravi-training.ch) wenn Link nicht geht, bitte von Hand eingeben. Danke!**

# Gesamtüberblick Leistungsangebot:



Gerne bin ich Ihr Ansprechpartner für Training, Beratung und Coaching in den oben genannten Bereichen. Es freut mich, von Ihnen zu hören oder zu lesen.  
 Christian H. Fravi, Training und Beratung, Gaichtstr. 30, CH-2512 Tüscherz,  
 Tel. +41 79 611 42 69 oder +41 32 325 35 80, Fax +41 32 325 35 81

Mail: [christian@fravi-training.ch](mailto:christian@fravi-training.ch)

Web: [www.fravi-training.ch](http://www.fravi-training.ch)

**PS: Alle bis jetzt veröffentlichten E-News finden Sie unter:**

<http://www.fravi-training.ch/pages/de/news.php>