

9 Fehler, die Sie als Messe-Aussteller vermeiden sollten,

wenn Sie auf Ihrer nächsten Messe mehr Erfolg erreichen möchten.

Überlegen Sie auch, ob sie auf der nächsten Messe wieder ausstellen wollen.
Lohnt es sich überhaupt noch auf Messen auszustellen?

Folgende Aussagen erhalte ich von Messe-Ausstellern:

- **Es wird sehr viel Zeit im Vorfeld für die Messe benötigt**
- **Während der Messe schläft das Alltagsgeschäft**
- **Kosten der Messebeteiligung steigen jedes Jahr**
- **Sehr viele Kontakte auf der Messe gemacht, doch wenig direktes Kaufinteresse**
- **Nach der Messe muss das Alltagsgeschäft aufgearbeitet werden**
- **Der Berg an Arbeit aus der Messe sieht unbezwingbar aus**
- **Messebesucher haben nur schleppendes Interesse an einem Nachgespräch**
- **Mitarbeiter sind nach der Messe ausgebrannt und würden gerne eine Erholungsphase nehmen**

Messen sind teuer. Das ist richtig. Dennoch bieten Messen immer noch unwahrscheinlich viel Potential. Wenn man weiß, wie man das Potential aus einer Messe herausholt.

Warum erreichen die wenigsten Aussteller ihr ursprüngliches Messe-Ziel?

Folgende 9 Fehler / Probleme / Hinderungsgründe haben wir aufgedeckt:

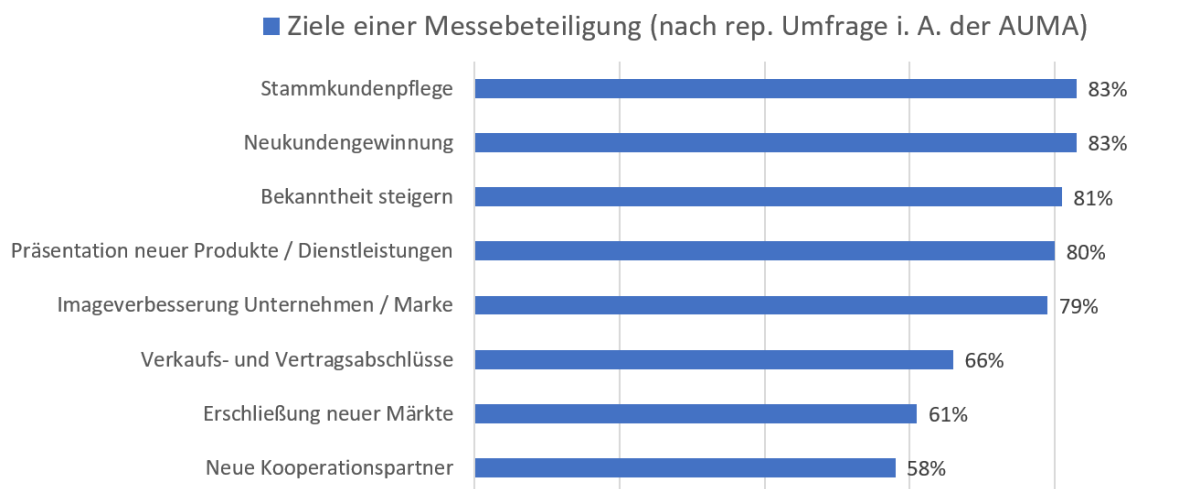
1. **Messeziele nicht oder nur unzureichend definiert**
2. **Zu wenige Termine im Vorfeld vereinbart**
3. **Zu lange Gesprächsdauer mit Besuchern die kein Kaufinteresse haben**
4. **Zu wenige Adressen im Vorfeld**
5. **Nachfassen der Adressen versinkt im Alltagsgeschäft**
6. **Adressen werden vom Innendienst/Callcenter/Bürokräft nachgefasst**
7. **Interessent wird beim Nachfassen nicht oder schlecht erreicht**
8. **Es wurde auf der Messe keine/unzureichende Adress-Qualifizierung durchgeführt**
9. **Der Fokus der Messe wurde im Kundengespräch aus den Augen verloren**

Leider wissen nur die wenigsten Unternehmen, wie sie das maximale Potential aus einer Messe herausholen.

Sie wollen wissen, wie Sie für Ihr Unternehmen Ihren nächsten Messeauftritt zu Ihrem Erfolg machen. Dann lesen Sie diesen Ratgeber.



Was sind die Gründe warum ein Unternehmen auf Messen ausstellt?



Wenn wir uns die Grafik genauer anschauen stellen wir fest, dass sind die 8 Hauptgründe, warum Unternehmen auf Messen ausstellen.

Platz Eins und Zwei sind die Stammkunden Pflege und Neukundengewinnung dicht gefolgt von Bekanntheit steigern Präsentation neuer Produkte und Dienstleistungen sowie Image Verbesserung des Unternehmens beziehungsweise der Marke. Verkaufs und Vertragsabschlüsse sind mit 66 Prozent erst an sechster Stelle was erstaunlich ist. Weitere Gründe wie Erschließung neuer Märkte und neue Kooperationspartner mit knapp 60 Prozent sind weitere Gründe warum Unternehmen auf Messen ausstellen.

Wenn wir uns jedoch alle diese Punkte einmal genauer anschauen ergibt sich daraus eine einzige Kern-Aussage.

*„Unternehmen stellen auf Messen aus,
weil sie mehr Umsatz generieren wollen.“*

Alle von der AUMA festgestellten Gründe sind wichtig. Doch einmal ganz ehrlich. Wenn Sie ein Unternehmen wie CocaCola sind, dann ist es wichtig, dass Sie im Fokus der Menschen sind. Denn wenn CocaCola keine Werbung mehr macht, dann ist Pepsi sofort dahinter und greift den Markt ab. Sind Sie noch



kein Unternehmen wie CocaCola, dann sind alle oben genannten Punkte zwar wichtig, doch der wahre Grund ist Umsatz- bzw. Gewinn-Wachstum. Da brauchen wir uns alle nichts vormachen.

Ich war vor wenigen Tagen auf der ISH, der Internationalen Messe für Sanitär und Heizung. Was ich da gesehen habe, hat mir nahezu die Sprache verschlagen. Da stehen Duzende Verkäufer um ihre Produkte und erklären minutenlang den interessierten Kunden ihre neuen Produkte und nach dem Gespräch wird noch nicht einmal nach der Visitenkarte gefragt. Auf meine Frage was denn das Gespräch dem Aussteller gebracht hat, kam als lapidare Antwort des Verkäufers: „Der Kunde weiß nun, was wir für tolle Produkte haben!“. Na, wenn dass das Ziel der ausstellenden Firma ist!?

Es gibt massenhaft Unternehmen, die Messen nur noch als Kostenfaktor ansehen. Kein Wunder, wenn ich solche Aussagen von Verkäufern hören darf. Dabei ist es doch so einfach aus Messen einen richtigen Erfolg zu generieren.



Die 5 Stufen einer erfolgreichen Messe

Was sind denn die 5 wichtigsten Phasen eine Messe?

Die 5 wichtigsten Phasen einer Messe sind die Planung, Vorbereitung, die Durchführung so wie die Nachbereitung einer Messe und natürlich die Kontrolle inklusive der Verbesserungen.

Gehen wir auf die 3 inneren Phasen einmal näher ein, denn genau in diesen 3 Phasen werden meiner Meinung nach die meisten Fehler gemacht. Fehler, aus denen letztendlich umsatzverhindernde Probleme entstehen.

Meiner Meinung nach werden folgende Fehler in der Messe-Vorbereitung gemacht:

Fehler in der Messe-Vorbereitung:

- Stammkunden werde nur unzureichend eingeladen
- Interessenten werden wenig begeistert, um die Messe zu besuchen
- unzureichend vorhandenen Möglichkeiten genutzt, neue Leads zu generieren
- Altkunden, die schon lange nichts mehr gekauft haben, werden schlichtweg vergessen
- kaum oder nur ungeeignete Checklisten für den Messeauftritt
- Messeziele werden selten in Erfolgs-Kenn-Zahlen ausgedrückt
- Vorbereitung des Messeteams ist oft mangelhaft oder gar nicht vorhanden
- Auswahl der Unterkünfte und die Buchung derer verschlingt eine immense Zeit



Aus denen sich dann folgende Probleme entwickeln:

- zu wenige Besucher auf dem Stand
- zu wenige qualifizierte Termine während der Messe
- teilweise Chaos auf dem Messestand
- zu wenig oder zu viel Mitarbeiter auf dem Stand
- sinnlose Zeitverschwendung

In der Messe-Durchführung fällt mir folgendes immer wieder auf:

- Niemand scheint verantwortlich zu sein für unterminierte Besucher
- Kontaktdaten werden nur unzureichend aufgenommen
- Besucher werden selten nach Feedback gefragt
- Besucher werden mit Prospektmaterial überfrachtet
- Statistik wird nicht geführt

Woraus sich letztendlich folgende Probleme ergeben:

- Kaufinteressenten verlassen den Stand, weil sich niemand um sie kümmert, da alle Standbetreiber in Gesprächen sind
- In der Nachbereitung fehlen die notwendigen Informationen
- Der Messeauftritt ist nach den Wünschen der Verkäufer konzipiert und nicht nach den der Kunden
- Zu viel Prospektmaterial beim Kunden verursacht lediglich, dass die Prospekte beim Kunden auf dessen Schreibtisch versauern



In der meiner Meinung nach wichtigsten Phase, der Nachbereitung entdecke ich oft folgende Punkte:

- lediglich die Besucher kurzfristig informiert, die emotional im Gedanken des Verkäufers hängen geblieben sind.
- gefühlte Überlastung nach der Messe vorhanden
- Die Besucher werden nicht vom Verkäufer persönlich kontaktiert
- Infomaterial wird meist ziellos verbreitet
- Messeziele werden meist nicht oder nur unzureichend ausgewertet
- Angebote werden nur unzureichend nachgefasst

Die zu folgenden Problemen werden:

- Besucher werden zum Teil erst sehr spät nach der Messe kontaktiert
- Nicht alle Besucher werden nach der Messe überhaupt kontaktiert
- Kunden fühlen sich bei Anruf nicht wichtig
- Nutzlose Inhalte werden kaum gelesen, wichtige Infos gehen unter
- möglicher Umsatz gnadenlos verschwendet



Letztendlich benötigt eine Messe 5 aufeinander abgestimmte Phasen.

Auch hier gehen wir auf die 3 inneren Phasen näher ein.

Eine perfekte Messevorbereitung sieht nach unseren Gesichtspunkten wie folgt aus:

- Stammkunden zielgerichtet einladen
- Interessenten begeistern
- Neue Adressen (Leads) generieren
- Altkunden reaktivieren
- Messeteam gezielt und konsequent vorbereiten
- Checklisten führen und abgleichen
- Reporting vorbereiten
- Interessentenansprache für Nachbereitung vorbereiten
- 2-3 Kern-Aussagen als Messebotschaft festlegen
- Messeziele definieren
- Unterkünfte und Angebote zeitsparend einholen.

Eine perfekte Messe-Durchführung wie folgt:

- Ein ausgebuchter Terminkalender
- Leads nach Priorität einstufen
- Statistik führen ohne Aufwand
- Leads nach Interessengebieten aufteilen und das sofort und direkt nach dem Gespräch
- Feedback der Besucher einholen
- Neue Adressen einsammeln, aber das Ganze sympathisch
- Messegespräche zeitsparend protokollieren



Und die unserer Meinung nach perfekte Messe-Nachbereitung so:

- Zeitnah und zielgerichtet Informationen versenden
- Angebote gezielt und smart nachfassen
- Interessenten warmhalten, sogar über Monate oder gar Jahre hinweg
- Stammkunden-Umsatz erweitern
- Gesprächstermine vereinbaren
- Auswertung der Messe anhand gesammelter Zahlen/Daten/Fakten

Möglicherweise werden Sie jetzt sagen,

*„Das ist ja eine Ideal-Vorstellung eines Messeauftritts,
den kann kaum ein Unternehmen bieten!“*

Und ich werde Ihnen antworten:

„Einmal angenommen, ich habe ein System, das genau das, Step-by-Step, in einfachen und nachvollziehbaren Schritten Ihnen und Ihren Mitarbeitern beibringt, so, dass Sie aus Ihrer nächsten Messe das maximale Potential herausholen werden, werden Sie dann sich mein kostenfreies Online-Training dazu ansehen?“

Genau für Unternehmen wie Sie habe ich ein kostenfreies Webinar erstellt, das Ihnen die Schritte zeigt, wie Sie auf der Messe mehr Potential herausholen als alle anderen Aussteller. Sie werden einer der wenigen Aussteller sein, die die Messebesucher begeistern werden.

Ich freue mich, wenn Ihnen dieser Ratgeber geholfen hat, mehr aus Ihrer nächsten Messe herauszuholen. Noch mehr wertvolle Infos erhalten Sie in meinem kostenfreien Online-Training, das Sie hier finden:

www.messe-erfolgs-coach.de/onlinetraining

Damit Ihre nächste Messe für Sie ein wahrer Erfolg wird.

Ihr Michael Lendvay



Messe-Erfolgs-Coach

Geißbergweg 21

64711 Erbach

Tel. 06062-912875

Fax 06062-912871

lendvay@messe-erfolgs-coach.de

www.messe-erfolgs-coach.de

