

Beispiel für einen eintägigen Messe-Workshop für KMU`s: „Kundenansprache und Präsentation auf Messen“

9:00h: Begrüßung der Teilnehmer

- Vorstellung der Referenten
 - Vorstellung des Workshop-Programms
- Tisch-Namensschilder; Hand-out***

9:15h: Ziele des Messeauftritts

- Öffentlichkeitsarbeit
 - Präsentation der Leistungen des Unternehmens
 - Akquise neuer Aufträge
 - Anbahnung von Kooperationen
 - Knüpfung neuer Kontakte
 - Pflege bestehender Kontakte
 - Werbung neuer Mitarbeiter
 - Erfahrung neuer Ideen und Lösungen durch Mitaussteller
 - Trotz Anstrengung: Spaß und Anregung
 - ...
- Sammlung und Bewertung der Ziele auf Metaplan-Wänden, Sticker, Zettel, Stifte***

10:00h: Verhalten auf dem Messestand

- Präsenz – immer mindestens eine Person!
- Im Besuchergespräch – nicht ansprechbar
- Bei der Arbeit (z. B. Gesprächsnotiz ausfüllend) - ansprechbar
- In der Pause – nicht auf dem Messestand!
- Bei Problemen im Team möglichst frühzeitig darüber sprechen und gemeinsam *Lösungen* suchen – keine *Schuldigen*
- Bei Problemen mit dem Messestand möglichst frühzeitig jemanden aus dem Messteam ansprechen

10:30h: Kaffeepause

10:45h: Umgang mit Besuchern

- Jeder Besucher ist ein potentieller Kunde, Mitarbeiter, VIP, Förderer
- Jeder Besucher hat sehr viel Zeit und Geld investiert, damit er jetzt genau hier steht – er verdient eine erstklassige Behandlung
- Präsenz am Messestand: unaufdringlich, aufmerksam, freundlich, offen
- Schwellen vermeiden
- Ansprache des Standbesuchers:
 - Einladung, auf den Stand zu kommen
 - Erklärung eines Exponats

- Frage nach dem Interesse des Besuchers
 - Zuhören ist wichtiger als Reden
 - Gezielt Informationen geben
 - Einzelne „Informationspakete“ geben, dazwischen immer wieder nachfragen.
 - Weitergabe des Besuchers an den jeweiligen Experten
 - Verhalten bei Unterbrechungen (Handy, Anfragen, VIPs)
 - Begleitung des Besuchers bis zum Ende seines Besuchs
 - Übergabe der Karte und Bitte um fremde Karte
 - Verabschiedung
 - Vertiefung des Kontakts:
 - Einladung zum Gespräch am Stand mit Kaffee
 - Einladung zum Gespräch in einer externen Lounge
 - Einladung zur Abendveranstaltung
 - Einladung zum Besuch im Unternehmen / beim Kunden
 - Follow up
- Rollenspiel mit Videoaufnahme***

12:00h: **Umgang mit VIPs**

- Planung des VIP-Besuches mit VIP-Service
 - Flexibilität in der Zeitplanung
 - Rollenverteilung: Wer begrüßt, wer erklärt, wer fotografiert, wer schreibt mit?
 - Rundgang des VIPs auf dem Gemeinschaftsstand verfolgen, um auf die Ankunft vorbereitet zu sein
 - Unmittelbar vor dem VIP-Besuch kein Besuchergespräch annehmen
 - Begrüßung: knapp, freundlich, verbindlich
 - Information: kompakt, gut verständlich, kurz
 - Bei Nachfragen: ins Detail und in die Tiefe, aber weiterhin kompakt, gut verständlich, kurz
 - Nicht alles präsentieren, nur das, was den stärksten Eindruck hinterlässt
 - Flexibel auf Wünsche des VIPs reagieren, dafür anderes weglassen
 - Keine Broschüren, Geschenke, Visitenkarten – das einzige, das der VIP mitnimmt, ist der Eindruck: Darauf konzentrieren!
 - Unbedingt an die Zeitvorgabe halten
 - Der Begrüßende begleitet den VIP und verabschiedet ihn auch
- Rollenspiel mit Videoaufnahme***

13:00h: Mittagspause

14:00h: Die Abendveranstaltung

- Der eigene Spaß ist die Hauptsache!
- Entspannung, Genießen, Unterhaltung, Motivation für den nächsten Tag schöpfen!
- Kollegen aus anderen Instituten, Bereichen, Ländern kennen lernen, alte Kollegen wieder treffen, Gedanken austauschen, Ideen entwickeln, Projekte planen, Netzwerke spinnen
- Einfach irgendwo hin setzen und mit Spannung erwarten, wen man kennen lernt – aber besser nicht zu den Kollegen.

14:15h: Die Standbesetzung

- Wie war die Standbesetzung in den letzten Jahren?
- Was war gut, was war schlecht?
- Wie flexibel ist der Plan?
- Sind Pausen möglich, wenn die Motivation nachlässt?
- Was ist die Mindestbesetzung des Standes?

Sammlung individueller Wünsche, Erarbeitung eines Standbesetzungs-Plans

15:00h: Der Messestand I

- Wie wirkt der Stand für einen branchenfremden Messebesucher?
- Wie wirkt der Stand auf einen Besucher, der das Unternehmen kennt?
- Wie wirkt der Stand auf einen Fachbesucher, der die Aktivitäten des Unternehmens kennt?
- Wie wirkt der Stand auf einen VIP?

Beamer, Bilder vom Messestand des vergangenen Jahrs

15:45h: Kaffeepause

16:00h: Der Messestand II

- Gesamteindruck: Raum, Mensch, Exponat, Bild, Schrift – welche Anteile?
= Welche Veränderungsvorschläge gibt es?

Sammlung der Vorschläge auf dem Flipchart

16:45h: Sonstiges und Ausklang

17:00h: Ende des Workshops

Idee und Konzept:

Arno A. Evers FAIR-PR

82319 Starnberg

phone :+49(0)8151 998923

mobile: +49(0)172 832 6888

e-mail:

arno@hydrogenambassadors.com

web:

www.hydrogenambassadors.com