

Rainer Bachmann

Ihr Messe-Doktor und Experte für einfach
grössere und nachhaltigere Messe-Erfolge

- Über 26 Jahre Erfahrung im aktiven
Messegeschäft als Besucher-Hunter
- Vielfältige Branchenerfahrung
- Nahezu 30 Jahre Praxiserfahrung
Verkauf und Vertrieb
- KMU- und Konzern-Betreuung
- (Messe-)Training, Coaching, Schulungen
intern und extern
- Exzellentes Netzwerk (Dienstleister
und Tools-Entwickler)
- Generell 20% mehr Leads, bis
zu 1.000% mehr Messe-
kontakte



Rainer Bachmann HV + DL

Handelsvertretungen und Dienstleistungen

Ihr Messe-Doktor

Silcherstr. 27
73326 Deggingen

T: 07334 921365
M: 01525 39 36 269
F: 07334 921366

Rainer.Bachmann@messe-doktor.de
www.messe-doktor.de



10 PUNKTE, DIE SIE FÜR IHRE NÄCHSTE MESSE BEACHTEN SOLLTEN

Mit diesen Kriterien erzielen Sie mit Ihrer
nächsten Messe leichter, bessere
Ergebnisse mit nachhaltigerer Wirkung:

1. **Vorbereitung:** Ziele, Wege, Vorgehensweisen,
Einstellungen, Messe-Regeln, ...
2. Die **gewünschten Besucher** locken Sie mit
intelligenten Tools auf die Messe und
vereinbaren gleichzeitig fixe Termine.
3. Die **richtigen Messe-Mitarbeiter** kommen
nicht unbedingt aus Ihrem Vertriebsausssen-
dienst.
4. Die **Aufgaben auf der Messe** sollten klar
kommuniziert und verteilt sein.
5. Die **Besucher-Ansprache** ist vielfältig, aktiv
und geübt.
6. Das **interessante Messe-Gespräch** orientiert
sich an den Unternehmenszielen.
7. Der Erfolg ist eine Frage der **Verbindlichkeit**.
8. Die **Informationsverarbeitung** ist geregelt und
basiert auf standardisierten Verfahren.
9. Die erfolgsorientierte und ressourcen-
schonende **Messe-Nachbearbeitung** startet
bereits vor der Messe.
10. Höchstes Ziel aller Beteiligten: **Interessenten
zu Kunden** machen.

10 Punkte, die Sie für Ihre nächste Messe beachten sollten

1. VORBEREITUNG

Eine klare Kommunikation der definierten Messe-Ziele, der Wege und Vorgehensweisen um diese zu erreichen, sind genauso hilfreich, wie die richtige Messe-Einstellung und anerkannte Messe-Regeln.

2. DIE GEWÜNSCHTEN BESUCHER

Diese locken Sie durch aufmerksamkeitsstarke Einladungen und mit intelligenten Web-Tools auf die Messe, selektieren diese gekonnt und erfahren gezielt deren Interessen. Durch fixe Terminvereinbarungen können Sie exzellent planen.

3. DIE RICHTIGEN MESSE-MITARBEITER

Ihr Vertriebsaussendienst ist für die Betreuung Ihrer Stammkunden hervorragend aufgestellt. Können diese Experten aber auch Kaltakquise? Sie prüfen die Hunter-Mentalitäten Ihres Messepersonals. Vielleicht ist ein Innendienstmitarbeiter geeigneter.

4. DIE AUFGABEN

Während einer Messe gibt es vielfältige Aufgaben. Besucheransprache, Interviews, Präsentationen, Moderationen, Dokumentation, Datenerfassung und auch die Bewirtung. Sie teilen Ihre Mitarbeiter richtig ein, so dass sich jeder in seiner Rolle wohl fühlt.

5. DIE BESUCHER-ANSPRACHE

Das aktive Ansprechen von Besuchern ist nicht jedem gegeben. Daraus ergeben sich aber enorme Vorteile. Deshalb wird dies praktiziert und ausführlich geübt.

6. DAS INTERESSANTE MESSE-GESPRÄCH

Sie stellen sicher, dass die Gespräche auf dem Stand ausschliesslich mit relevanten Gesprächspartnern stattfinden.

Ihre Unternehmensziele wurden kommuniziert und jeder hat die Werkzeuge, sich daran zu orientieren. Ihre Mitarbeiter können mehrere Interessenten gleichzeitig im Gespräch halten und es können keine wichtige Kontakte durch Überforderung oder stressige Situationen verloren gehen.

7. VERBINDLICHKEIT

Sie schulen die Verbindlichkeit im Gespräch. Die Gesprächsergebnisse werden entsprechend mehr gehaltvolle Informationen, mehr Aktionen nach der Messe und mehr Qualität in der Messe-Nachbearbeitung liefern.

8. DIE INFORMATIONSVERARBEITUNG

Sie nutzen standardisierte Verfahren für die Datenerfassung und -bearbeitung. Jede Unsicherheit, jeder Fehler bedeutet eine verringerte Erfolgchance.

9. MESSE-NACHBEARBEITUNG

Ihr Messe-Erfolg hängt entscheidend davon ab, wie konkret, substantiell und hartnäckig die Messenachbearbeitung durchgeführt wird. Zumeist fällt es dabei schwer zwischen dringend und wichtig zu differenzieren. 70-80% der Besucher machen nach der Messe zusätzlich die Erfahrung, dass sie vergessen wurden.

Mit geeigneten Massnahmen und digitalen Werkzeugen verhindern Sie diese Verluste und sorgen dafür, dass Ihre Besucher auch nach Monaten noch an Sie und Ihr Unternehmen denken und mit Begeisterung von Ihren Lösungen sprechen.

10. KUNDENGWINNUNG

Das höchste Ziel der Messe ist die Wandlung von Interessenten zu Kunden.

Ihre Messeaktion ist deswegen überdurchschnittlich erfolgreich, weil Sie neben den kurzfristigeren Projekten und Anfragen auch die langfristigen Vorhaben Ihrer Besucher nicht aus den Augen verlieren.

Sie haben auch im Vertrieb automatisierende Elemente eingebaut, die genau dies ermöglichen. So steigt bereits nach der Messe die Vor-Freude auf die nächste Messe!

Viel Erfolg wünscht Ihr Messe-Doktor.

