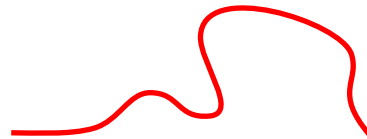




Leitfaden

Klare Messe-Sicht



Der rote Faden für Ihre neue Messe

Binnen Minuten erhalten Sie eine

klarere Sicht auf Ihre Messe

mit entsprechender Potential-Erkenntnis

1

Wie sehen **Sie** und wie sehen Ihre **Besucher** Ihre Messe?

Sie haben die Messthemata definiert und vorbereitet. Eyecatcher entwickelt oder besorgt, Messestrategie besprochen, Standbesetzung geregelt.

Sie laden Ihre Kunden ein und setzen einen Hinweis auf Ihre Homepage, evtl. starten Sie eine PR-Aktion.



Ihre potenziellen Besucher sind vor der Messe eher zurückhaltend, beobachten den Markt, beschäftigen sich mit den eigenen Sorgen und Nöten. Und jetzt kommen von überall her diese Standard-Messe-Einladungen. Löschen - wir machen uns unseren eigenen Plan.

Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren. Änderungen fließen ein, festgelegte Punkte werden hinterfragt, neu sortiert. Die Spannung steigt, Nerven liegen teils blank, die Routine siegt aber. Der Logistikpartner hat alles im Griff, der Aufbau klappt, der Stand nimmt Formen an.

Zweite Einladung verschicken, kostenlose Tickets anbieten.

Die Messe kommt näher, ist grundsätzlich von Interesse. Im Internet recherchieren, aufgrund konkreter und latenter Vorhaben vorbereiten. Aussteller werden selektiert, Homepages besucht, eine Messebesuchsplanung erarbeitet. Wen dürfen wir keinesfalls vergessen? Da war doch...

Übernachtung war ok, Start in den Tag routiniert, letztes Equipment noch mit auf den Stand nehmen - hoffentlich startet der PC. Alles gut. Die Prospekte fehlen wieder. Mit höchster Erwartung werden die ersten Besucher erwartet. Wie jedes Jahr geht es schleppend los. Der erste Tag könnte besser sein. Höhepunkt ist wie immer der mittlere Tag - am letzten Tag schauen sich die Kollegen selbst um. Könnte man früher Schluss machen.

Besucher sind sehr gut informiert, konfrontieren mit kritischen Fragen, überwiegend zielgerichtet unterwegs. Nur keine Fehler auf dem Lead-Fragebogen machen. Sie haben meist wenig Zeit, sie sind teils unaufmerksam, teils Detail-verliebt. Sie bleiben oft unkonkret. Viele wollen sich aber erfreulicherweise nach der Messe melden. Wir haben beeindruckt. Weniger Laufkundschaft als in den Vorjahren. Und der Eine oder Andere wär wohl lieber zu Hause geblieben.

Mit höchster Erwartung und gut vorbereitet geht es auf die Messe. Zielsetzungen: Bestätigung der Internet-recherche in Bezug auf Eignung/Kompetenz und Kostenrahmen der ausgewählten Aussteller, hilfreiche Innovationen finden, neue Anbieter checken.

Hotel war ok, Zu wenig Schlaf. Frühstück naja. Anfahrt zur Messe, Parkplatzsuche wie immer ein Graus. Musste im Shuttlebus stehen. Nachher noch Spesenabrechnung.

Holprige Ansprachen am Stand. Weniger Fachkompetenz als erwartet. Aber freundliche Hostessen. Verträöstung auf nach der Messe. Teures Mittagessen - liegt im Magen. Endlich hat hier jemand Zeit (und Lust). Datenaufnahme aber zeitraubend, Geduldsspiel mit nervigen Nachfragen. Aussetzer beim Vorführsystem (Sorry, die Software), fehlende Unterlagen. Teils belangloses Gespräch ohne Tiefe. Will mir konkrete Infos schicken. Danke, nein, Kugelschreiber hab ich schon.

Die Taschen sind schwer, die Füße schmerzen, der Weg nach Hause noch lang. Mit Kollegen am diskutieren. Wie heiß nochmal der Aussteller mit dem tollen...?

Tolle Messe - hat Spaß gemacht. Alle waren gut drauf am Messeabend. Hat ja auch fast alles gut geklappt, dieses Mal.

Schade dass ich nicht da war, als Herr Müller am Stand war. Und die neue Broschüre war leider auch am 2. Tag ausgegangen. Aber sonst...

Gefühlt waren es weniger Besucher wie im letzten Jahr, die Statistik gibt recht - aber alles noch im Rahmen. Über den Daumen gepeilt war die Gesprächsqualität trotz eher kritischer Besucher diesmal besser. Das lässt auf ein gutes Ergebnis hoffen.

Jetzt Danke-Mail raus und dann nachfassen. Hoffentlich ist die Prio auf den Berichten korrekt und bestimmt klappt es diesmal mit der PLZ-Zuordnung. Wage ja zu bezweifeln, dass unser CRM diesmal sauber gepflegt wird. Ob uns da nicht der eine oder andere doch durch die Lappen geht...? Naja, wird schon nicht so schlimm sein.

Bis auf meine 4-5 wichtigen Kontakte ist in 3-4 Monaten eh alles vergessen...

Heimreise ein Flasko. Wieder ohne Ende im Stau gestanden. Nächstes mal doch der Zug?

Chef nervt mit Bericht...ein paar enorm wichtige und interessante Entdeckungen gemacht, tolle Gespräche. Hat sich teilweise gelohnt. Noch schwierig einzuschätzen... ..oh, meine Postfächer!

Finde den einen Aussteller nicht in den Unterlagen... naja, er will mir ja was zuschicken.

Oh Mann, immer diese 08/15-Danke-Mails mit unnützen Pauschalinfos. Nur Ballast - gelöscht.

Wie hieß dieser eine Aussteller nochmal...?

Welche Erkenntnisse hat Ihnen der rote Faden gebracht?

Welche Schlüsse ziehen Sie aus Ihren Erkenntnissen?

Was resultiert daraus?

Was wollen Sie verändern?
Werden Sie konkret.


Phase „vor der Messe“

...für die Messenvorbereitung

...für die nächste Messe will ich, dass...

Phase „während der Messe“

...für die Messedurchführung

Gerne unterstütze ich Sie bei der konkreten Umsetzung zur optimierten Messe. 

Machen Sie nun den 2. und/oder den 3. Schritt:

Broschüre inklusive
Checkliste & Auswertung

Konkrete Optimierungschancen erkennen





QR/Klick:
Broschüre anfordern

Tipps:
Verdecken Sie einfach
beim Scannen den
unerwünschten Code ;-)

QR/Klick:
Termin vereinbaren



Konkretion
Sollte diese
Webseite nicht
funktionieren
kontaktieren Sie
den Messe-Doktor

Phase „nach der Messe“

...für die Messenachbereitung

Rainer Bachmann HV + DL

Handelsvertretungen und Dienstleistungen

Rainer Bachmann

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

