

Magazin für Industrie, Handel und Dienstleistungen

wassersport

WIRTSCHAFT

www.bwww.org

Aufgeklart:
Die Branche
zur Jahresmitte

Aufgepasst:
Von anderen
Wirtschaftszweigen
lernen

Fit für die Messe?

Eine Messeteilnahme wird häufig mit den Hinweisen begründet „Wir gehen dort schon immer hin“ oder „Unsere Kunden erwarten, uns dort zu sehen“. Das allein sichert kaum den Messeerfolg. Besser ist es, wenn der Messeauftritt systematisch, wie eine Sachinvestition, geplant und vorbereitet wird. Dieses bedarf des besonderen Engagements und einer fundierten Vorbereitung.



© Rob hyrons - Fotolia.com

Maßgeblich für den Erfolg oder auch Misserfolg einer Messe ist aber das Verhalten der Mitarbeiter, die das Standteam bilden und dort das Unternehmen repräsentieren. Viele Aussteller geben enorme Summen für ihren Messestand und die Exponate aus, bei den Messe-Mitarbeitern wird jedoch gespart. Kein Sportler würde untrainiert einen Wettkampf antreten. Bei einem Messeverkäufer erwartet man aber, dass er ohne Training Höchstleistungen vollbringt. Da die psychische und physische Belastung an den Messetagen wesentlich höher ist als bei der normalen Tagesarbeit, sollte das Standteam gründlich auf die Besonderheiten der Messearbeit vorbereitet werden. Die Einstellung „Wer uns und unsere Angebotspalette kennt und Interesse hat, wird uns schon anspre-

chen“, ist für den Verkaufserfolg gefährlich. Messebesucher schätzen es, eine Angebotsübersicht in kürzester Zeit und auf engem Raum zu erhalten. Sie suchen Neuheiten und wollen, wenn Sie einen Stand betreten, häufig darauf angesprochen werden. Da nicht bei jeder Messe neue Produkte zu präsentieren sind, kommt der richtigen Ansprache des Interessenten besondere Bedeutung zu.

Ein gezieltes Training fördert den erfolgreichen Auftritt

Falsche, unfreundliche Kontaktaufnahme und mangelhafte oder falsche Informationen können zum Verlust des potentiellen Kunden führen. Besonders gravierend wirkt sich das Fehlverhalten aus, wenn er

auf dem Nachbarstand aufmerksamer behandelt und das „Sympathiefeld“ spontan erzeugt wird. Dieser mögliche Kunde ist erst einmal lange Zeit für das eigene Unternehmen verloren. Erfolgreiche Verkäufer wissen, dass ein Verkaufsgespräch in

Versicherungslösungen für die Wassersportbranche


PANTAENIUS
Yachtversicherungen

Hamburg · Tel. +49 40 37 09 10 · München · Tel. +49 89 99 84 34 20

www.pantaenius.de



mehreren Phasen abläuft. Den positiven Einstieg in ein Gespräch beeinflussen wir durch unsere Körpersprache, die Kleidung und das angenehme Gesamtbild. „Der Mensch ist mir sympathisch“ oder „den mag ich nicht“ ist häufig unser Gedanke in den ersten Sekunden des Gespräches. Besonders der Messeverkäufer, der zunächst von dem Besucher als Ansprechpartner fixiert wird, kann durch folgende Signale das Sympathiefeld für sich aufbereiten: Optimismus zeigen, passend und korrekt gekleidet sein, höflich und geduldig Besucher ansprechen, gute, verständliche Aussprache.

Nicht zu unterschätzen ist die Wirkung eines Händedrucks und die direkte Zuwendung mit Augenkontakt bei der ersten Ansprache. Teammitglieder, wie sie von Unternehmer und Kunde gleichermaßen gewünscht werden, sind gutgelaunt, hilfsbereit, offen und beantworten die hundertste gleichlautende Frage sachgerecht und charmant.

Es sollte selbstverständlich sein, dass man dem Messebesucher vorurteilsfrei begegnet. Wir wissen, dass der erste Eindruck völlig falsch sein kann. Das Auftreten unseres Gesprächspartners ist möglicherweise zweckorientiert bewusst verstellt worden. Deshalb ist auch die Sensibilität für menschliches Verhalten vom Verkäufer gefordert.

Es ist empfehlenswert, das Messteam vor einer Messe durch ein geeignetes Training auf die besonderen Anforderungen einzustimmen und darauf, dass man auch während der Messezeit wie eine Gemeinschaft agieren sollte. Das heißt für jeden: die Kollegen bei Bedarf unterstützen, Belastungen anderer Teammitglieder ausgleichen, Fehler und Störungen beseitigen.

Nicht immer ist es umsatzsteigernd, nur die guten bestehenden Kontakte zu pflegen, sondern auch die Geschäftsbeziehung zu ehemaligen Kunden aufzufrischen und nach neuen potentiellen Verkaufschancen zu suchen.

Bei dem Trend, dass neben umfangreicher Produktdarstellung, auch das persönliche Gespräch über optimale „passende“ Angebote im Vordergrund steht, ist es umso mehr wichtig, Mitarbeiter für den Messeinsatz kommunikationsstark „fit“ zu machen.

Als erfolgreich kann der Messeauftritt jedoch nur positiv eingestuft werden, wenn neben den direkten Messeabschlüssen noch eine Vielzahl von Messeberichten am Abend des letzten

Messtages für die Nachbearbeitung vorliegen. Dieser wertvolle Extrakt muss pfleglich behandelt werden.

Es ist wichtig und wird den Kunden beeindrucken, wenn er kurzfristig – innerhalb einer Woche – nach dem Messeggespräch die versprochenen Unterlagen, bzw. das gewünschte Angebot erhält. www.puehse-consulting.de

BVWW-Branchentreffs

„Fit für die Messe“ ist auf den BVWW-Branchentreffs im Herbst eines der zentralen Themen. In einem vierstündigen Intensivseminar können sich Nachwuchsverkäufer, technische Mitarbeiter und Auszubildende, die auf Messen eingesetzt werden sollen, die Grundlagen des erfolgreichen Messeverkaufs aneignen. Folgende Themen stehen im Mittelpunkt:

1. Persönliche Vorbereitung auf die Messe
2. Besucher und ihre Ziele
3. Motivation und Schulung
4. Verhalten der Mitarbeiter am Messestand
5. Erfolgreich Verkaufsgespräche führen
 - Kontaktsphase
 - Kommunikation
 - Gesprächseröffnung
 - Fragen und Fragetechniken
 - Gesprächsaufbau und -führung
 - Abschlusstechnik
6. Messeberichte
7. Schwierige Situationen am Messestand
8. Praktische Übungen

Nutzen Sie die Chance, Ihre Mitarbeiter gezielt auf die Messe vorzubereiten, und steigern Sie dadurch Ihrem Messe-Erfolg! Für die Seminarteilnahme berechnen wir lediglich eine Anmeldegebühr in Höhe von 20 Euro. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bitte melden Sie Ihre Mitarbeiter rechtzeitig an.

Die Messtrainings im Rahmen der Branchentreffs finden statt am:

- 11. September in Friedrichshafen
- 08. Oktober in Hamburg
- 12. November in Berlin und am
- 09. Dezember in Köln.

Eine detaillierte Einladung, auch mit den übrigen Themen der Branchentreffs, erhalten Sie rechtzeitig. Selbstverständlich sind neben Mitgliedsunternehmen auch Gäste herzlich willkommen.