

## **Messtraining**

### **„Die Standbesetzung im Kontakt mit Potentialen“**

Verhalten auf Messen und Ausstellungen zur Nutzung bestehender Kundenverbindung, Bearbeitung noch nicht genutzter Kundenpotentiale und Ansprache von potentiellen Kunden und zukünftigen Entscheidern.

#### **Aufgabenstellung**

- Das Messegeschehen und das Auftreten der Mitarbeiter im Rahmen der Unternehmensstrategie und des Corporate Identity ist die Visitenkarte eines Unternehmens und trägt damit erheblich zur Imagepositionierung bei.
- Messen sind der Kontaktpunkt zwischen bestehenden Kunden, potentiellen Kunden und zukünftigen Entscheidern. Die zukünftige Expansion eines Unternehmens hängt damit wesentlich von der Ausgestaltung und Nachbereitung dieses Kontaktpunktes ab.
- Die Mitarbeiter auf den Messen und Ausstellungen müssen Hand in Hand arbeiten, nicht nur um effizient ihre Arbeit zu tun, sondern auch um eine Atmosphäre auf dem Stand zu erzeugen in der es den Besuchern Spaß macht zu sein.
- Professionelle Ansprechtechniken, organisatorischer Überblick und kundenorientierte Nutzenargumentation helfen die Unternehmensbotschaft an die Besucher zu vermitteln.

#### **Die Idee**

- Das Messe-Team bestehend aus:
  - „gestandenen“ Messeprofis mit langer Erfahrung
  - Neulingen auf dem Messe-Parkett
  - Hostessen und Bedienpersonal
  - Technikern und
  - Führungskräften

wird in mehrtägigen Seminarveranstaltungen, unmittelbar vor der Messe auf ihre Aufgaben vorbereitet.

- Die Seminare finden zu 50% in bekannter Seminarraumatmosphäre und zu 50% auf dem Messestand statt um dem theoretischen auch den praktischen Ansatz hinzu zu fügen und den Transfer des erlernten zu sichern.

- Nicht nur sachlich, fachliche Interventionen sind Inhalt des individuellen Trainingsprogramms, sondern auch beziehungsorientierte, Teambildende Interventionen.
- Während der ersten Messetage durchlaufen die Mitarbeiter und Führungskräfte eine Coachingphase, ein One-To-One-Training um in der praktischen Messesituation für den Transfer des Messetrainings zu sorgen.
- Nach jedem Messetag findet eine 30minütige Troubleshooting-Sitzung mit den Trainern statt um eine an sich selbst lernende Messeorganisation zu gewährleisten und Fehlerquellen frühzeitig auszuschließen.

### **Die Umsetzung**

- Das Messetraining wird individuell auf den Bedürfnissen des jeweiligen Unternehmens aufgebaut und entwickelt. In einem Vorgespräch werden die Rahmenbedingungen geklärt und die Inhalte bestimmt.
- Diese Faktensammlung wird in ein dezidiertes Trainings- und Durchführungskonzept umgesetzt, dem Unternehmen vorgelegt und so, oder in veränderter Form verabschiedet.
- Führungskräfte des Unternehmens werden als Co-Trainer in den Seminaren und den Coachingphasen eingebunden.
- Eine Nachbesprechung, nach der messe dient der Messung des Erfolgs der Trainings- und Coachingmaßnahmen.