



Umsatzstarker Messeauftritt

Messeerfolg optimieren mit:
Kundentermine,
Mitarbeiterschulungen und
Evaluation des Messeauftritts

Erfolgreicher Messeauftritt: Wir liefern Ihnen den Rohstoff dazu oder gleich das ganze Paket

Ausgangslage

- Messen sind oft eine **einmalige Gelegenheit** neue Kontakte zu generieren.
- Fast alle Unternehmen buchen die wichtigsten Messen ihrer Branche als Aussteller und lassen sich das **eine Menge Geld** kosten. Ob das Geld gut eingesetzt ist, kann man oft schwer abschätzen.
- Damit mit dem Messeauftritt tatsächlich **neue Kontakte gewonnen** werden, **Kundenbeziehungen gestärkt** werden und das Messteam ein Maximum aus der konkreten Messesituation herausholt, sind **gewinnbringende Maßnahmen** erforderlich

Lösungsansatz

Planen Sie Ihren Messeerfolg!
Wir liefern Ihnen je nach Ihren Wünschen...

- Kundentermine auf Messen
- Verkaufsschulungen für Ihre Mitarbeiter für erfolgreiche Kundengespräche auf der Messe
- Evaluierung Ihres Messeerfolgs auf Basis von Feedbackeinholung, Imageanalyse und Messezufriedenheit mit geografischer Analyse und Visualisierung

Erfolgreicher Messeauftritt

Eine Messe ist oft eine einmalige Gelegenheiten neue Kontakte zu generieren. Das Potenzial des eigenen Messeauftritts sollte dabei völlig ausgeschöpft werden.



1 Messetermine

Messen sind der ideale Beginn einer Akquisitionsmaschine. Kundentermine stellen dabei eines der wichtigsten Faktoren dar ins Gespräch zu kommen. Dieser Prozess der Generierung neuer Kontakte muss dabei sinnvoll gesteuert werden



2 Mitarbeiterschulung

Damit Kundengespräche effizient geführt werden und Standbesucher professionell betreut werden braucht es ein geschultes Messepersonal



3 Messeerfolg messen

Messen kosten Geld, ob sie das auch einbringen muss durch intelligente Marktforschung gemessen werden.

Messetermine

1

- Wachstum durch neue Partner ist mühsam aber notwendig – Messen sind der ideale Beginn einer Akquisitionsmaschine und oft eine einmalige Gelegenheit neue Kontakte zu generieren.
- Der Prozess der Generierung neuer Kontakte muss sinnvoll gesteuert werden: Dazu zählt eine aktualisierte und personalisierte Datenbank wertvoller Kontakte und Informationen über Unternehmensgröße, Partner und Einladung zum Gespräch auf der Messe mit Terminlegung.

Messepersonal- schulung

2

- Damit die Akquisitionsmaschine wenig Streuverlust hat ist ein geschultes Messepersonal notwendig.
- Dadurch dass eine Messe, eine andere Situation darstellt, wo die Mitarbeiter eine andere Rolle einnehmen und damit auch ein anderes Verhalten an den Tag legen sind Mitarbeiterschulungen entscheidend.
- Mit einer auf den Messeauftritt und auf Messegespräche ausgerichteten Mitarbeiterschulung wird jeder Messeauftritt auch zum Erfolg.

Messeerfolg messen

3

- Der Erfolg lässt sich messen: Mit der Evaluierung von Kundentermine, Auswertung der Sales Engine, Imageanalysen und Kundenzufriedenheitsmessung.
- Imageanalysen Ex-Post liefern wertvolle Hinweise über die Anzahl der Messebesucher, welche Marken aufgefallen sind und über die Motive der Messebesucher.
- Mit einer Kundenzufriedenheitsmessung wird der eigene Messeauftritt im Vergleich zum Wettbewerb erhoben.
- Die Ergebnisse werden in Form von Geomaps visualisiert und geografisch analysiert.

Messetermine

1

- **Start:**
2 – 8 Monate vor Messestart
- **Ziel:**
Termine mit Ihren potenziellen Kunden.
- **Methode:**
InterConnection baut für Sie eine Datenbank auf und bringt die wichtigsten Leads zur Ihrem Stand.

Messepersonal- schulung

2

- **Start:**
1 – 2 Monate Messestart
- **Ziel:**
Mehr Umsatz durch empathisches Standpersonal.
- **Methode:**
Zwei Tage Schulung in Kleingruppen

Messeerfolg messen

3

- **Start:**
1 Monat vor Messestart
- **Ziel:**
Analyse von Erfolgspotenzialen & Controlling
- **Methode:**
Auswertung von Messeerfolgen und Besucherwünschen

Drei Säulen um Ihren Messeerfolg zu verdoppeln

Investitionskosten



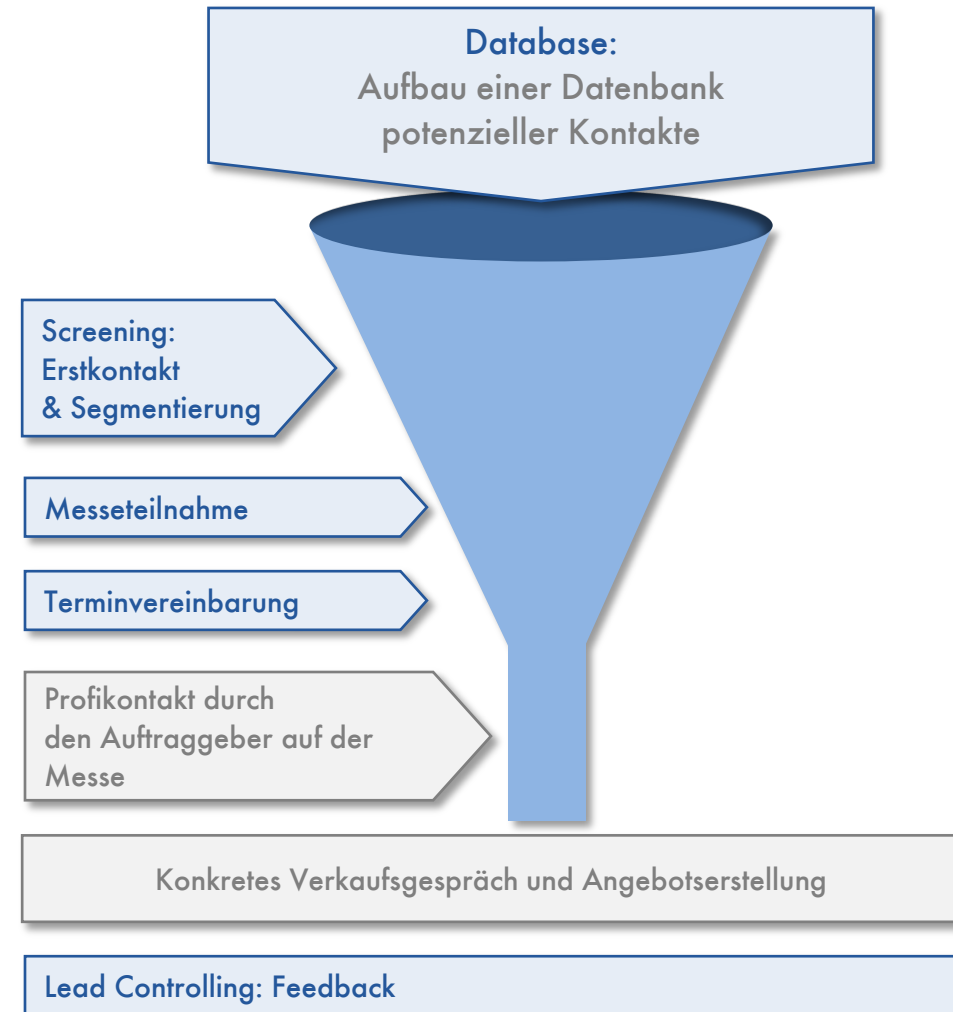
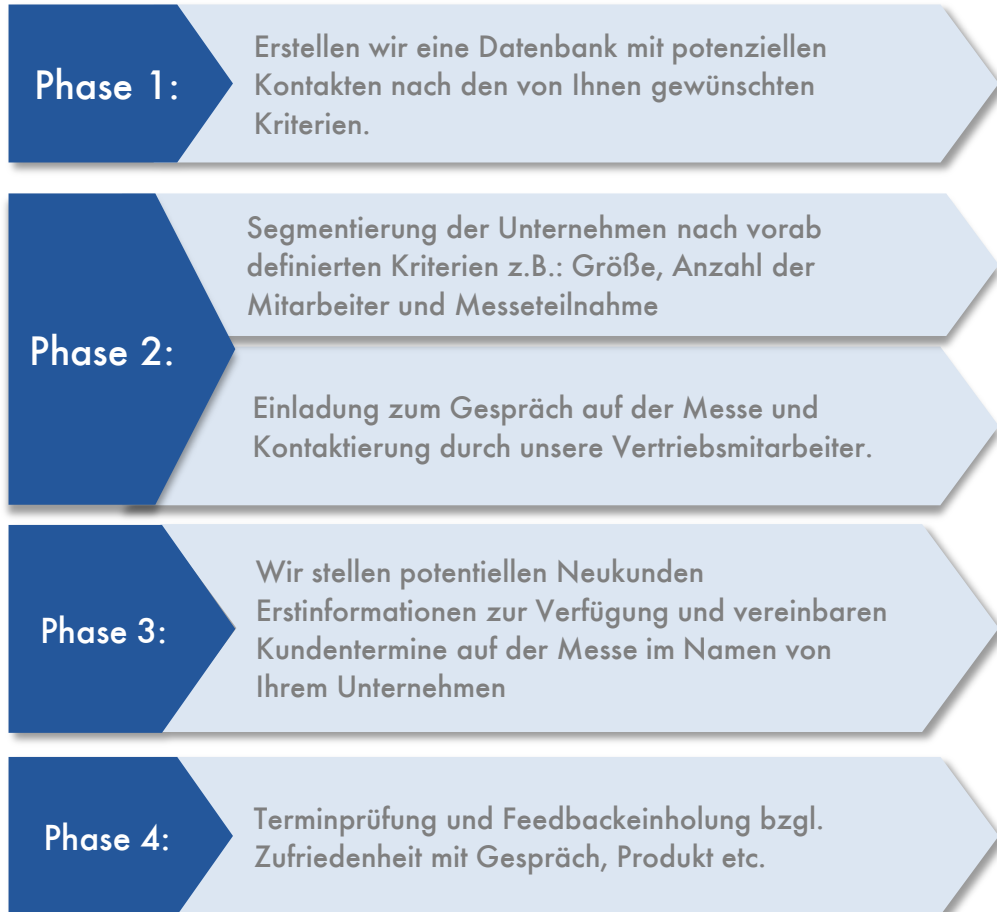
Messetermine für Ihren umsatzstarken Messeauftritt

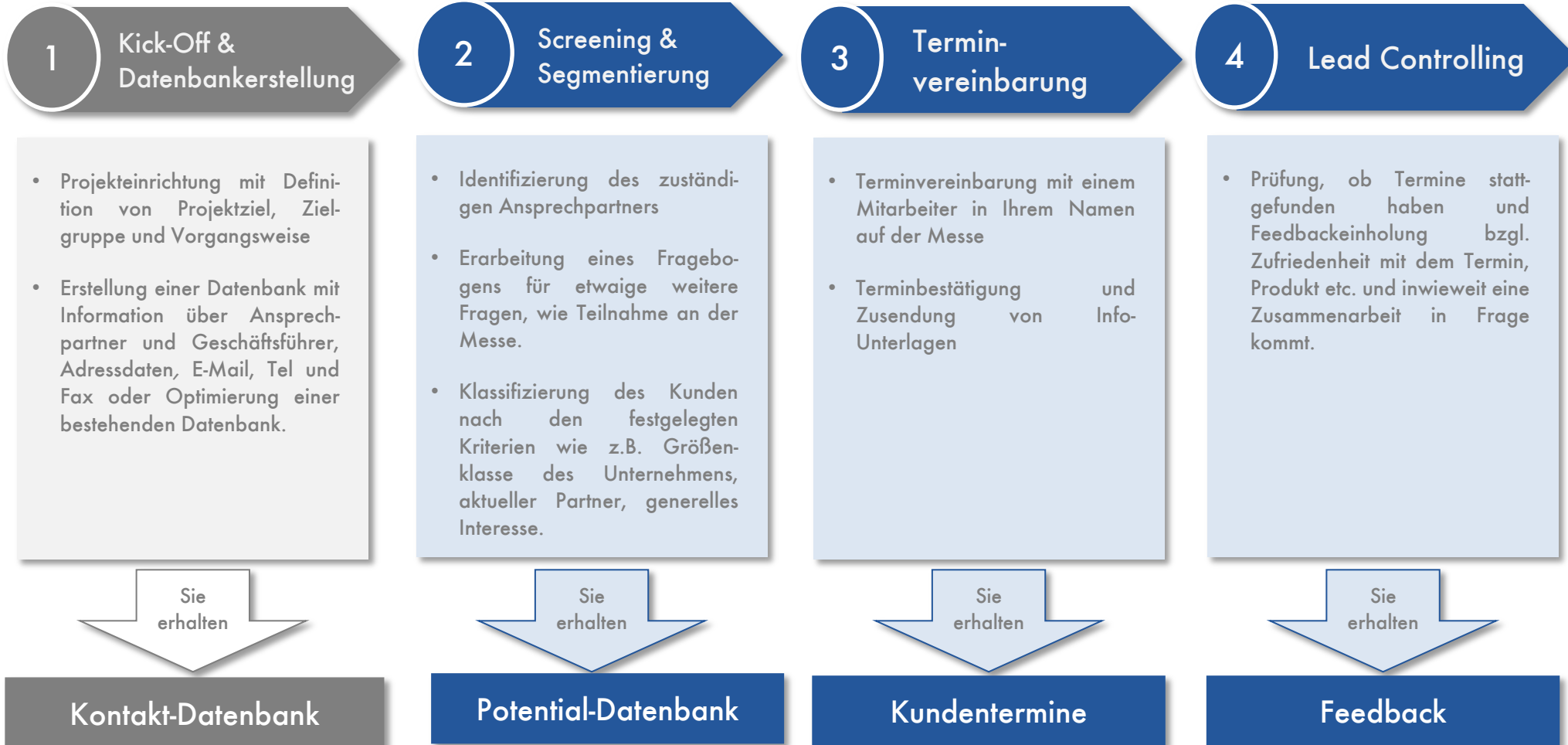


Terminplanung schon
vor der Messe

Knüpfen Sie wertvolle
Kontakte

Wir füllen Ihren Messestand mit den richtigen Besuchern





1 Kontakt-Datenbank

Kontaktbank in MS-Excel mit Basisdaten: *Ansprechperson, Adresse, Telefonnummer / E-Mail*

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	COMPANY	COUNTRY	CONTACT	TELEPHONE	E-MAIL	STREET	PLACE	WEBSITE
2	Potential Customer 1	NED	Mr. Bart Simpson	+31 123 456	simpson@office.com	Kelvinstraat 16	Weert	www.customer1.nl
3	Potential Customer 2	GER	Ms. Elizabeth Hoover	+49 021 222	hoover@office.de	Max - Planck - Str 15 a-c	Erkrath	www.customer2.de
4	Potential Customer 3	UK	Mr. Kent Brockman	+44 789 101	brockman@office.com	179 Sneyd Lane, Essington	Wolverhampton	www.customer3.com
5	Potential Customer 4	UK	Ms. Maude Flanders	+44 112 131	flanders@office.com	28 Northumberland Square	Tyne & Wear	www.customer4.com
6	Potential Customer 5	UK	Mr. Jimbo Jones	+44 627 282	jones@office.com	Belgreen House, 4 Fountain Street	Macclesfield	www.customer5.com
7	Potential Customer 6	UK	Mr. Barney Gumble	+44 415 181	gumble@office.com	13 voie la Cardon	London	www.customer6.com
8	Potential Customer 7	UK	Ms. Edna Krabappel	+44 718 192	krabappel@office.com	Silver St, Minety	Malmesbury	www.customer7.com
9	Potential Customer 8	GER	Mr. Julius Hibbert	+49 324 252	hibbert@office.de	13 voie la Cardon	Köln	www.customer8.de

2 Potential-Datenbank

Datenbank inklusive Segmentierungskriterien wie zum Beispiel: *Unternehmensgröße, Teilnahme an der Messe, Partner etc.*

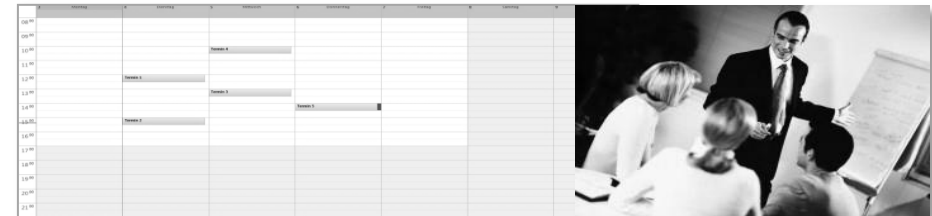
Während der Feldphase erhalten Sie von uns wöchentliche Berichte über den Erhebungsstatus um ständig über den Erfolg der Befragung am laufenden zu sein.

Karteikarte - Test für Lead Generation Angebote.adr 03.02.2014 15:09 Seite 1

Engel	ENGEL AUSTRIA GmbH Zentrale Group Marketing Director Herr Mustermann Ludwig-Engel-Straße 1 4311 SCHWERTBERG ÖSTERREICH	Telefon Durchwahl +437262-620-000 TeleFax Firma +43(0) 50 6201 3800 Mobiltelefon +43(0) 50 6207 3800 EMail Adresse 2 mustermann@engel.at Internet Adresse www.engelglobal.com
Leistungen	Spritzguss J Spritzgießwerkzeug N Beschutungen N	
Infotext 1	21.09.2010 Interview Spritzgießmaschinen durchgeführt. Haben Interesse Kapazitäten aus dem Bereich Spritzgieß zuzukaufen wenn die Bedingungen stimmen. Termin mit Vertriebspersonal gewünscht - Terminvorschlag: 15. Februar 10:00 Uhr	

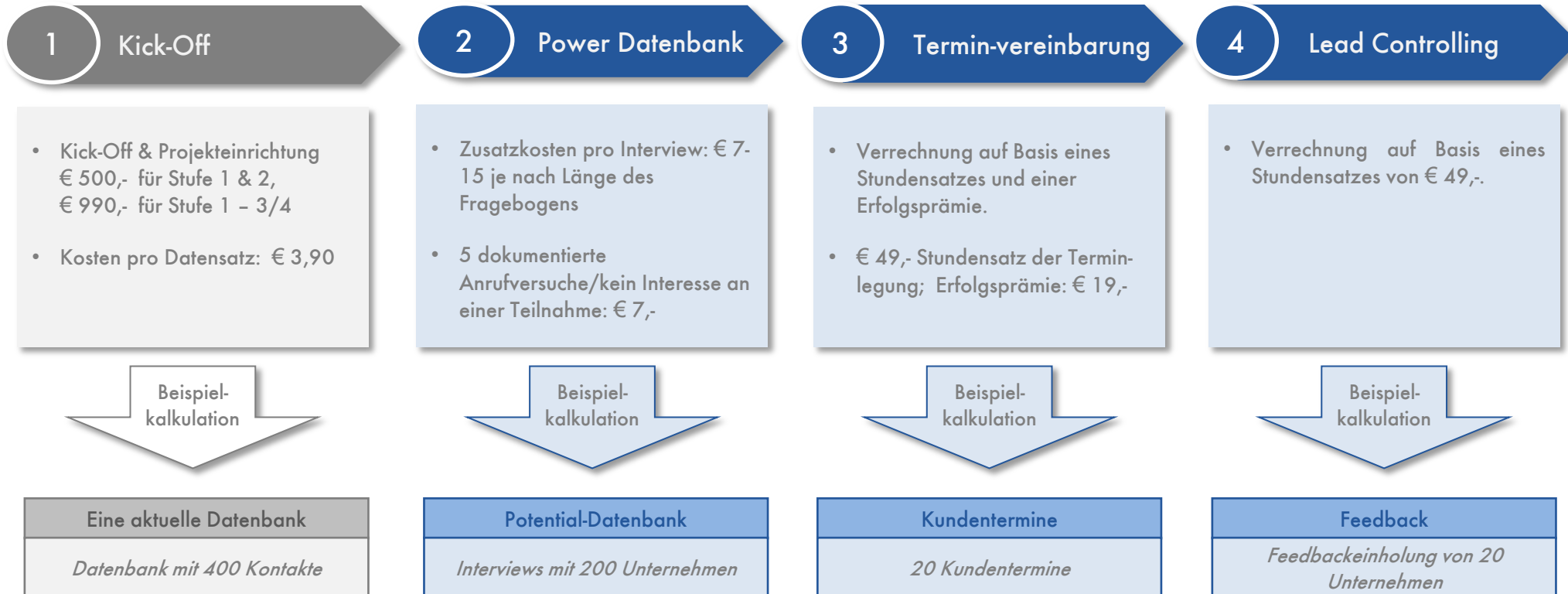
3 Kundentermine

Sie erhalten Termine, entsprechend im Vorfeld definierter Zeifenster, direkt in Ihr Outlook bzw. über Doodle. Nach dem Termin erfolgt ein Feedback-Telefonat mit Bewertung des Gesprächs



Investitionskosten für Ihre Messetermine

1. Terminvereinbarung



Kosten liegen bei etwa € 5.000,-

Sie erhalten bei einem Projekt wöchentlich Feedback über Termine.
Ohne Weitere Kosten können Sie ein Projekt beenden, wenn Sie mit dem Output nicht zufrieden sind.

Messtraining für den optimalen Messeauftritt Ihrer Mannschaft



Erfolgreiches
Auftreten am
Messestand

Messeerfolg steigern
mit einem motivierten
und erfolgsorientierten
Team

Nur ein geschultes Standpersonal garantiert den Messeerfolg

Die Messe erfordert Team-Arbeit: Anders als sonst, arbeitet man auf der Messe nicht als Solist, sondern als Orchester. Fixe Zuständigkeiten sind demnach hinderlich.










Jeder einzelne Standmitarbeiter repräsentiert das gesamte Unternehmen und die Marke.

Ein positiver Eindruck nach außen, eine freundliche Kundenansprache, eine effiziente Gesprächsführung und eine präzise Nachbearbeitung der Kontakte führt nicht nur zu zufriedenen (Neu)Kunden sondern bringt auch mehr Umsatz für das Unternehmen.



Mit einer auf den Messeauftritt und auf Messegespräche ausgerichteten Mitarbeiterschulung wird jeder Messeauftritt auch zum Erfolg.



 Ziel	Ausarbeitung eines Gesprächsleitfadens mit Definition des Messeziels: Wen wollen Sie erreichen und welches Ergebnis wollen Sie erzielen
 Neugier	Gekonnt im Gespräch Interesse wecken und weniger informieren
 Unterlagen	Gekonnt mit Prospekt- und Infomaterial arbeiten
 Haltung	Grundlagen der Körpersprache im Verkauf
 Betreuung	Grundlagen in die Gesprächsaufzeichnung und Nachbetreuung der Kontakte
 Eindruck	Der Eindruck nach außen – Fehler vermeiden und Skills anwenden
 Ansprache	Grundlagen der Kundenansprache – Fehler vermeiden und gekonnt agieren
 Gespräch	Die Grundlagen der Gesprächsführung kennen, können und gezielt anwenden
 Kunde	Unterschiedliche Menschentypen einschätzen und nach deren Motiven verkaufen und präsentieren

**Das ultimative
Training, damit
Mitarbeiter auf
Messen erfolgreich
agieren**

Reale Gesprächssituationen werden theoretisch mit Beispielen erklärt und durch intensive Rollenspiele erarbeitet und durch Profi-Feedbacks optimiert.

Projektschritt		Dauer	Investitionskosten	
1	Mitarbeiter- schulung für einen erfolgreichen Messeauftritt	2 Tage	Drehbucherstellung (inkludiert) Training mit unterschiedlichen Gesprächssituationen	€ 1.950,-/Tag (bis 8 Teilnehmer) € 2.450,-/Tag (ab 8 Teilnehmer)

Inkl. Trainingsunterlagen in elektronischer Form

Der Schulungsraum kann vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden. Wir bieten andernfalls Seminarräume in Wien an für € 59,- pro Person, inkl. Verpflegung. Eine Nachbetreuung der Teilnehmer werden mit einem Stundensatz von € 195,- verrechnet. Sämtliche Preisangaben netto, zzgl. 20% MWSt., Reisekosten werden separat verrechnet,. Es gilt österreichisches Recht. Zahlbar: 14 Tage nach Rechnungserhalt/Seminar Durchführung.



Messeerfolge messen
und nachweisen

Auftritt systematisch
kontrollieren und
optimieren

Der Messeauftritt sollte nicht nur gut vorbereitet sein, sondern auch entsprechend nachbereitet werden:



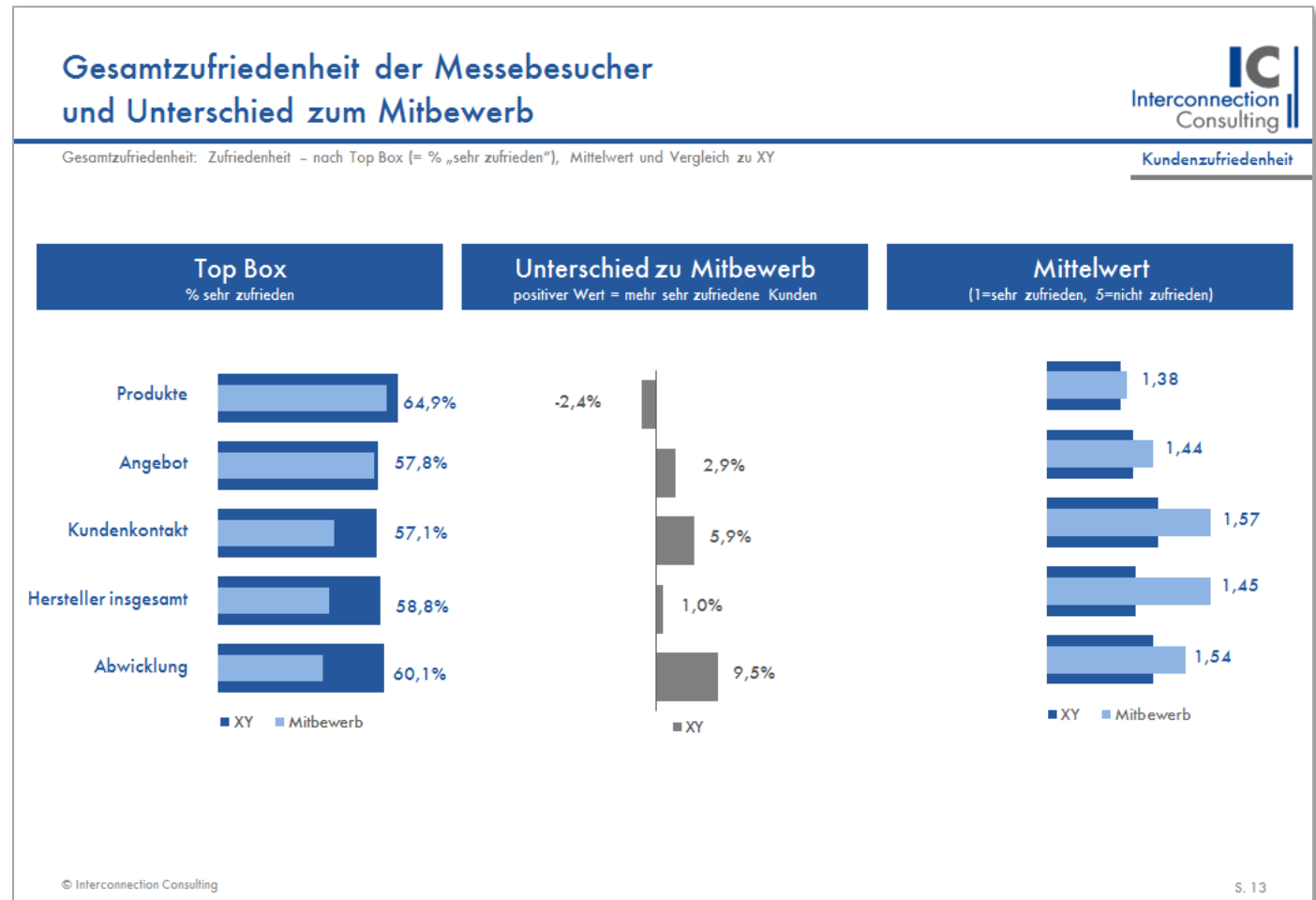
Mit der Evaluierung der Kundengespräche erhalten Sie nicht nur einen Überblick über die Quantität Ihrer Gespräch, sondern auch wie hoch das Interesse Ihrer Gesprächspartner an einer Zusammenarbeit ist.

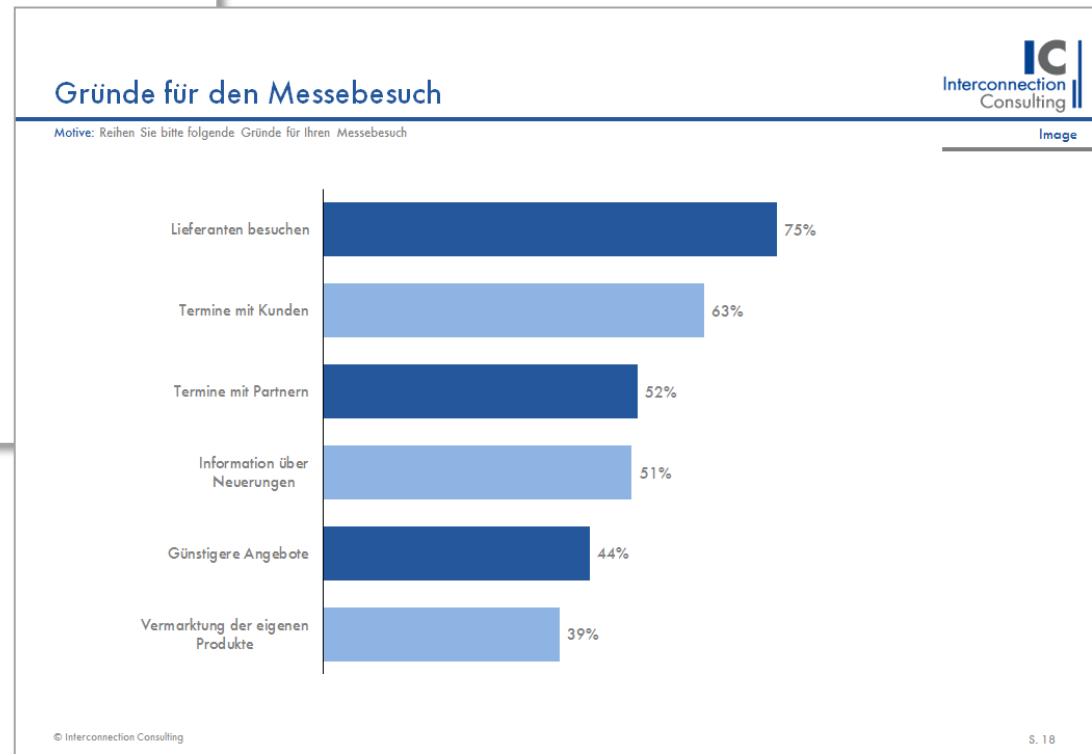
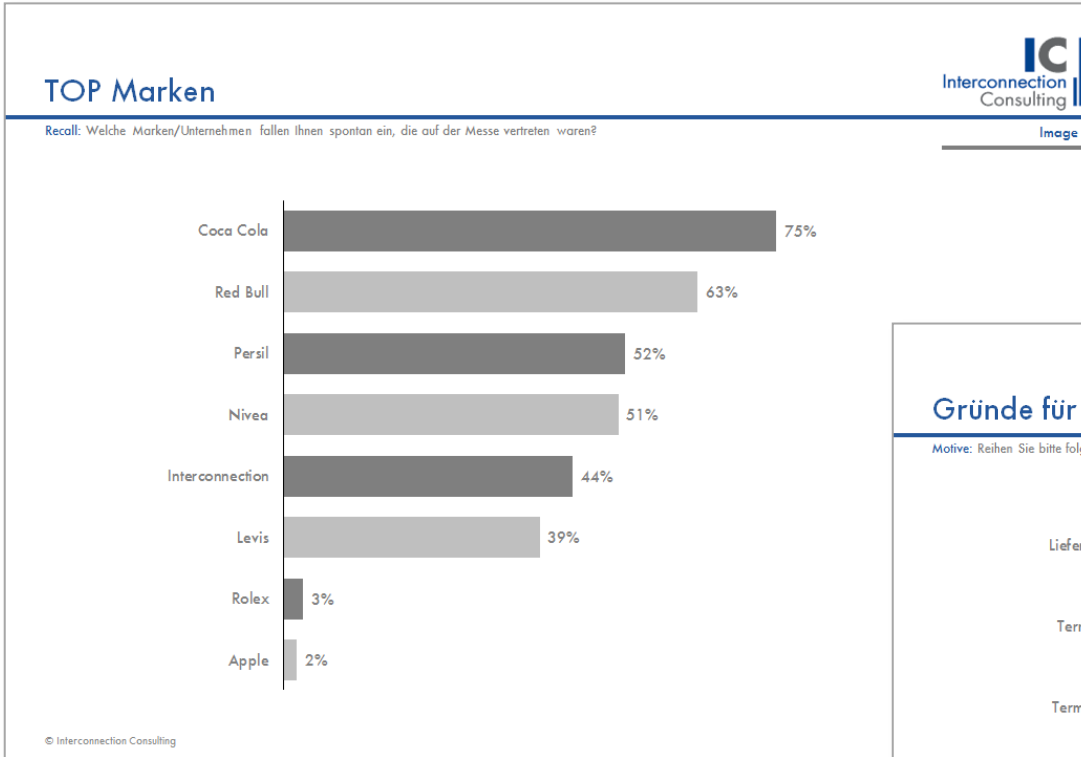


Imageanalysen Ex-Post liefern wertvolle Hinweise über die Anzahl der Messebesucher, welche Marken aufgefallen sind und über die Motive der Besucher.



Mit einer Kundenzufriedenheitsmessung wird der eigene Messeauftritt im Vergleich zum Wettbewerb erhoben.





- 15 Jahre Erfahrung mit über 1000 Studien und Datenbanken in 30 Ländern, die wir Jahr für Jahr updaten.
- Eigenes Vertriebscenter mit 15 Plätzen in Lemberg und Kompetenz für 20 Sprachen.
- Detaillierte und regelmäßig aktualisierte Unternehmensdatenbanken für über 100 Branchen.
- Partner und Büros in Wien, Bratislava, Lemberg und Buenos Aires.
- Der Qualitätsanspruch eines Beratungsunternehmens.

Referenzprojekte im Bereich Lead-Generation:

- KOKUYO: Segmentierte Datenbank von 200 potenziellen Kunden in Deutschland und Terminlegung
- Remmers Lacke: Identifikation von Vertriebspartnern in Großbritannien
- Repair Care: Datenbank von 200 Kunden in Deutschland und Terminlegung
- Rigips: Potenzialabfrage bei Bauherren in Österreich.
- Sigma Coatings: Segmentierte Datenbank von 100 potenziellen Kunden in Deutschland
- Hewlett-Packard: Händlersuche in Spanien
- Mettler Toledo: Distributorensuche in 4 Ländern Europas

Gerne unterstützen wir Sie auch bei der Optimierung Ihrer Vertriebsstrategie!

Bei weiteren Fragen stehen wir Ihnen
jederzeit gerne zur Verfügung!

Interconnection Consulting
Getreidemarkt 1, A-1060 Wien

Mag. Panorea Kaskani – Markt Analystin
Tel: +43 1 5854623 -57
Fax: +43 1 5854623 -30
kaskani@interconnectionconsulting.com

Interconnection Consulting
Vienna • Bratislava • Lviv • Buenos Aires • Oberstdorf

www.interconnectionconsulting.com

