

Messen effektiv nutzen



Tipps für Fachbesucher

Es ist wohl wie bei Operationen: Mit einem „better in – better out“-Konzept, kann der Besuch einer Messe einen Mehrwert bedeuten. Der Schwerpunkt bei dieser Herangehensweise liegt bei der Vorbereitung und den Vorüberlegungen. Vor allem Fachmessen beginnen weder am Eröffnungstag noch enden sie am Abreisetag. Somit sind Sie in drei Etappen zu absolvieren: die Messenvorbereitung, der Aufenthalt auf der Messe selbst und die Messenachlese.

Von real zu digital

Einige Messen finden diesen Herbst zum ersten Mal online statt:

NEU: **SOM Therapie** vom 17. bis 19. September 2020

therapie Düsseldorf vom 25. bis 27. September 2020

FIBO Köln vom 1. bis 3. Oktober 2020



Diesbezüglich verändern sich die Vorbereitungsphase, das Event selbst sowie die Nachbereitungsphase. Zumal es noch keine Erfahrungswerte gibt, wie Aussteller und Interessent sich digital finden. Nach dem „heißen“ Messeherbst werden wir Ihnen mehr darüber berichten können.

Doch es gibt in diesem Herbst auch Messen, die durchaus (Stand Ende August 2020) noch real stattfinden. Das sind die **therapie Hamburg** (vom 23. bis 24. Oktober) mit einem besonderen Hygienekonzept und die **MEDICA** (vom 16. bis 19. November). Wir werden sehen, wie es dann im Jahr 2021 weitergeht.

Bedenken Sie bei Präsenz-Messen generell schon bei der Anreise an das hohe Verkaufsaufkommen. Planen Sie zeitlich großzügig, denn es kann zu Verzögerungen im Eingangsbereich kommen, auf dem Transfer vom Parkplatz und zu ungewohnten Laufwegen in den Hallen, vor allem dieses Jahr, wenn spezielle Hygienemaßnahmen zu berücksichtigen sind.

Die Vorbereitungsphase

Prüfen Sie, ob und wenn ja, welche öffentlichen Verkehrsmittel im Ticket enthalten sind.

Unabhängig vom gewählten Transportmittel und der Mitreisenden ist die kurzfristige Einstimmung vor dem Zutritt eine gute Möglichkeit, sich nochmals zu fokussieren. Gehen Sie in Gedanken Ihre „Goals“ durch und überlegen Sie, welche Entwicklungen des Tages Sie besonders positiv begrüßen würden.

Der Tag auf der Messe

Wählen Sie im Vorfeld auch Ihre Begleitpersonen mit Bedacht. Sie müssen in deren Beisein offen sprechen und uneingeschränkt handeln können. Sollten nur teilweise gleiche Interessen vorliegen oder die Meinung der Begleitung nur für spezielle Fragen vonnöten sein, besteht die Möglichkeit, sich aufzuteilen und nur zu Aktivitäten mit beidseitiger Beteiligung zusammenzukommen.

Beispiel

Als Praxisbetreiber: vormittags freie Messesichtung mit dem Team, nachmittags B2B-Termine abschließen mit Entscheidungsträgern.

Bedeutend für die Belastung am Ort des Geschehens ist nicht nur, wen Sie mitnehmen, sondern auch was und wie Sie es transportieren oder tragen. Achten Sie auf bequemes Schuhwerk und angepasste Kleidung. Bei Ihrem Outfit sollte immer eine



Sitz- und Bewegungsprobe erfolgen und eine Sicherheitsnadel kann hin und wieder Wunder vollbringen. Bei besonderer Besorgnis um einen Fauxpas Ihr äußeres Erscheinungsbild betreffend hinterlegen Sie am besten Wechselkleidung an der Garderobe. Dieses Jahr ist insbesondere noch darauf achten, entsprechend Masken für den Mund-Nasen-Schutz dabei zu haben, falls Sie mal eine verlieren oder irgendwo liegen lassen sollten.

Das Essen auf der Messe hat diverse Parallelen zum Kantinenessen, zum Beispiel, was die Wartezeiten betrifft. Jedenfalls sollten Sie die wesentlich höheren Preise berücksichtigen. Unabhängig vom Geschmack, von den Kosten oder vom zeitlichen Aspekt kann es aber auch einfach so drunter und drüber gehen, dass Sie kaum dazu kommen. In diesem Fall ist ein Notfall-Snack Gold wert. Das kann ein mitgeführter Kraftriegel oder Smoothie sein, der Sie zumindest kurzzeitig mit Energie versorgt.

Viel Trinken und kurze Pausen beispielsweise bei einem eventuell notwendigen Hallenwechsel sorgen für den Erhalt der kognitiven Auffassungsgabe. Halten Sie alles klein sowie leicht und ihre Hände wie Schultern frei. Nehmen Sie nicht zusätzlich Gewicht in Form von Katalogen, Bücher- oder Klamotten-schnäppchen oder Werbegadgets mit. Sind Sie wirklich an einem Material interessiert, können Sie dieses entweder einsammeln, wenn Sie die Messe verlassen, oder sich gegebenenfalls gegen eine Versandpauschale zusenden lassen.

Was Sie in der Tasche haben sollten:

- »»» Eintrittskarte/-Code, -Geld (z.B. Parkgebühren ca. 12 Euro) und Mund-Nasen-Schutz
- »»» Blasenpflaster
- »»» Sicherheitsnadel
- »»» Atemerfrischer
- »»» Deodorant
- »»» Desinfektionsgel
- »»» Taschentücher
- »»» Notfall-Snack
- »»» genügend Visitenkarten
- »»» Vorlage/Vordruck zum Gesprächsprotokoll inkl. Schreibgerät
- »»» Akkuladegerät/Powerbank beim Einsatz von mobilen Helfern
- »»» Sport- und Kulturtasche für die Teilnahme an Bewegungsangeboten

Beachten Sie die Stoßzeiten einer Messe, die je nach Öffnungszeiten in der Regel zwischen 10 und 12 Uhr liegen und zwischen 14 und 16 Uhr. Das sind die gängigen Arbeitsphasen.

Die Zeit an den Messeständen

Diese Slots füllen Sie vor allem mit den von Ihnen priorisierten Ausstellern oder Themenbereichen. Spontaneität können Sie außerhalb der Kernzeiten zulassen, ist allerdings in den heutigen Zeiten schwieriger. Innerhalb der Spitzenzeiten hilft ein guter Besuchsplan. Die interessantesten Stände, kompetentesten Mitarbeiter und Entscheider sind dann fast immer völlig überlaufen. Es wäre also fatal, zu diesen Zeiten auf einen Ad-hoc-Termin zu setzen.

Mit einer frühzeitigen Recherche im Internet oder am Telefon finden Sie heraus, welche Unternehmensvertreter vor Ort sein werden. Sie können sie direkt anschreiben mit einer kurzen und freundlichen Nachricht im Business-Network oder klassisch per E-Mail.

Beachten Sie bei Ihrer Terminkoordination, dass 8 – 12 produktive Gespräche realistisch sind, wenn Sie sich komplett durchterminieren. Priorisieren Sie also die für Sie wichtigen Anlaufstellen und Zeiten und kontaktieren Sie die Aussteller einige Wochen vorab und terminieren sie zuerst in Ihrem Zeitplan. Planen Sie die optimalen Ereignisse und Begegnungen, dann ausgehend von den geblockten Feldern in die verbleibenden Zeitfenster.

Tipp

Halten Sie die Kontaktdaten der Personen, mit denen Sie verabredet sind, bereit – zum Beispiel zur Kontaktaufnahme bei Verzögerungen. Fragen Sie sie auch bei der vorherigen Terminabsprache gezielt ab.

Wenn Sie beabsichtigen, Vorträge zu besuchen oder eine Themenfläche frei zu sichten, planen Sie lieber weniger als acht Gespräche ein. Denken Sie auch an Pufferzeiten, denn Wartezeiten oder Verzögerungen sind eher die Regel als die Ausnahme. Bedenken Sie vor allem potenzielle neue Lieferanten, unbekannte Vortragsinhalte oder Formate. Das ist für den Vergleich mit bisherigen Parametern entscheidend. Die Verlockungen auf einer Messe sind groß und besonders als „Messenovice“ sind Sie auf Ansprache hin allzu gern bereit, zum Beispiel einem Gerät oder einem Gespräch Ihre Aufmerksamkeit und Zeit zu schenken.

Lassen Sie sich nur auf Kurzpräsentationen ein, um so bei unbekanntem Angeboten einen ersten Überblick zu bekommen. Sehen Sie von der Detailplanung oder einer langen Diskussion im weitesten Sinn auf dem Messestand ab.

Nachbereitung des Messebesuchs

Besprechung von Problemen mit bekannten Lieferanten sollte kein Schwerpunkt der Messekommunikation bilden, sondern möglichst nur ein Randthema darstellen.

Vereinbaren Sie eine Fortsetzung des Kontakts im Rahmen einer Produktvorführung, Werksbesichtigung, einem Telefonat, einem Demozugang oder einem Vor-Ort-Gespräch im Nachgang der Messe. Haben Sie Ihre „Goals“ in der Hinterhand und entscheiden Sie schnell, wie viel Relevanz die mögliche Produkterfahrung, Teilnahme oder Information für Sie hat. Wenn diese langfristig interessant sein könnten, aber kurzfristig nicht relevant sind, reicht ein kurzer Austausch von Kontaktdaten und eine höfliche unverbindliche Absichtserklärung.

Führen Sie – sofern es ein seriöser und potenziell gewinnbringender Sachverhalt ist – stets ein Gesprächs- bzw. Verlaufsprotokoll in Stichworten. Es wird Ihnen bei der Nachlese dienlich sein.



Das Protokoll sollte die folgenden Punkte beinhalten:

- »»» Thema
- »»» Gesprächspartner und wer nach der Messe zuständig (Nachbetreuung) ist
- »»» Datum mit Uhrzeit
- »»» Informationen zum Aussteller, Lieferanten, Anbieter, Hersteller
- »»» Kontaktdaten mit Adresse, Telefon und E-Mail
- »»» Gesprächsfokus und Präsentationsobjekt
- »»» Vorführung
- »»» Technische Daten
- »»» Referenzen
- »»» Alleinstellungsmerkmal/Besonderheit
- »»» Kernprodukt/-Kompetenz:

- »»» Zusatzprodukt/Erweiterung
- »»» Persönlicher Mehrwert
- »»» Persönliches Manko
- »»» Einmalige Anschaffungskosten mit Folgekosten sowie Höhe der Gesamtinvestition
- »»» Wie sind die Liefer- und Zahlungskonditionen (Einkaufsvorteile)
- »»» Alternativen
- »»» Fazit und nächster Schritt
- »»» Termin

Hinterlegen oder verlinken Sie die Visitenkarte oder einen Flyer immer zusammen mit Ihren zugehörigen Notizen. So können Sie sich noch Wochen später die Informationen in Erinnerung rufen.

Autor

Sergej Borkenhagen, Physiotherapeut und Geschäftsführer von X-PHYSIO | Schule für Physiotherapie in Bonn.
E-Mail: lernen@x-physio.de



»»» **FIBO@business**

Lernen Sie Sergej Borkenhagen virtuell auf der FIBO@business kennen. Er ist einer der Referenten, die – powered by TT-DIGI – ein Webinar halten werden. Aktuelles zu Thema und weiteren Experten erfahren Sie im nächsten Newsletter der TT-DIGI und auf der Website der FIBO.

