

Messtraining

LESEN
SICH
DIE
HINWEISE

- **Einleitung: Bedeutung der Messe für das Unternehmen**
- **Funktionen und Ziele der Messe**
- **Planung des Messeauftrittes von A bis Z**
 - Grundsätzliche Voraussetzungen für einen erfolgreichen Messeauftritt
 - Leitfaden zur Planung
 - Auswahl des Standplatzes
 - Die Finanzplanung
 - Funktionsbereiche des Standes, Standgestaltung und Tipps ABC-Analyse
 - Organisatorische Vorbereitung der Messe
 - Messekontakthandling
 - Standbetrieb



- **Messtraining für Standmitarbeiter und Standleiter**
 - Voraussetzungen für eine ideale Standbesetzung
 - Persönliche Vorbereitung zur Messe
 - Besucher und ihre Ziele
 - Motivation und Schulung
 - Messe-Aktivitätenplaner
 - Der Mitarbeiter am Messestand
 - Kontaktphase und Kommunikation
 - Die Gesprächseröffnung, Gesprächsaufbau und Gesprächsführung
 - Der Messekontaktreport
 - So meistern Sie schwierige Situationen am Messestand
 - Übungen
- **Messenachbearbeitung**
- **Tages-Clearing**

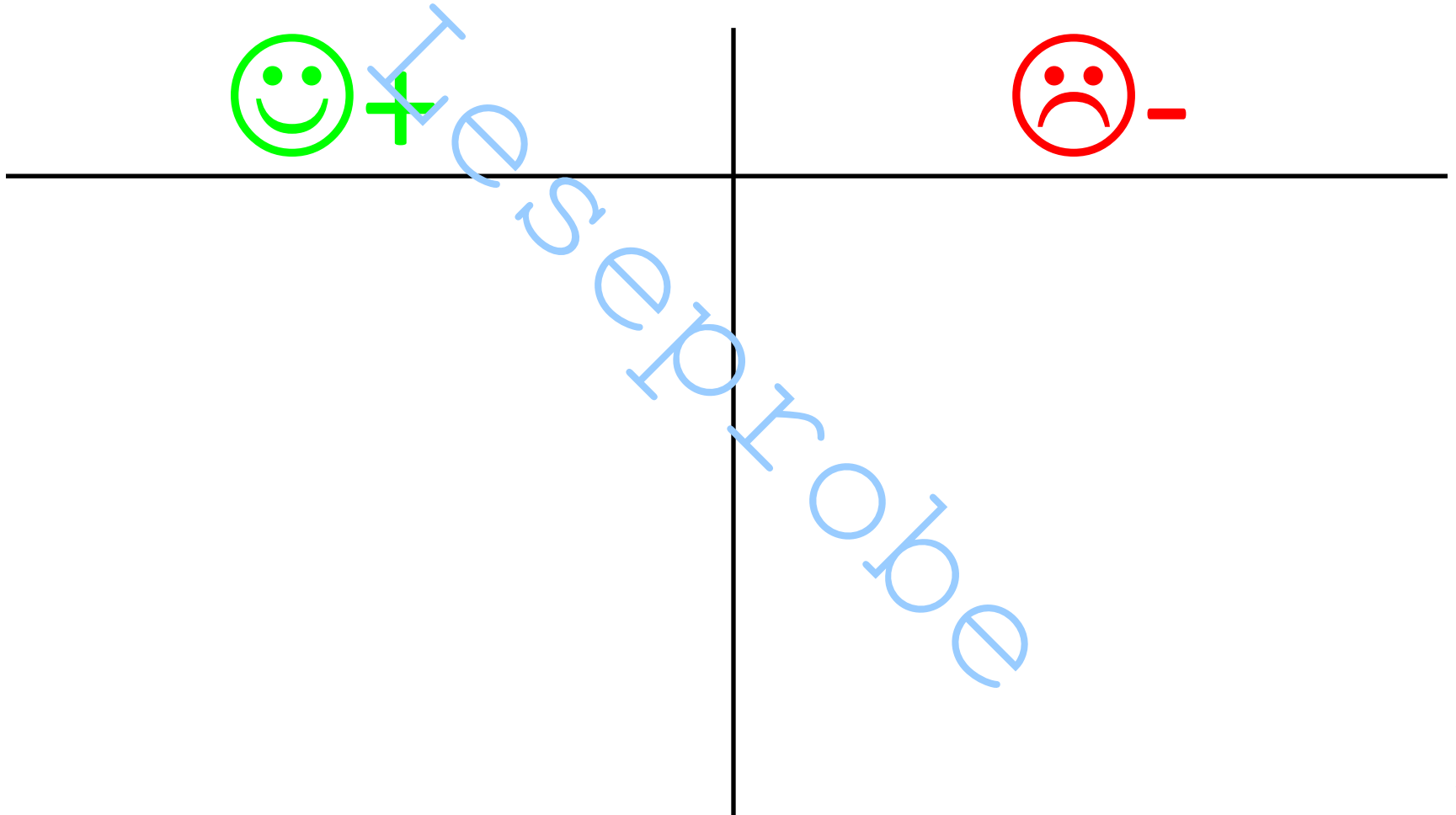


Ich bitte Sie alle, uns folgende Informationen zu geben:

- Name und Funktion
- Welche persönlichen Ziele haben Sie für die Messe?
- Haben Sie bereits Messeerfahrung?
- Wenn ja, wie lange und auf welchen Messen?
- Wie ist Ihre Einstellung / Meinung zum Thema Messebeteiligung?
- Welche Erwartungen haben Sie an den Trainingstag?

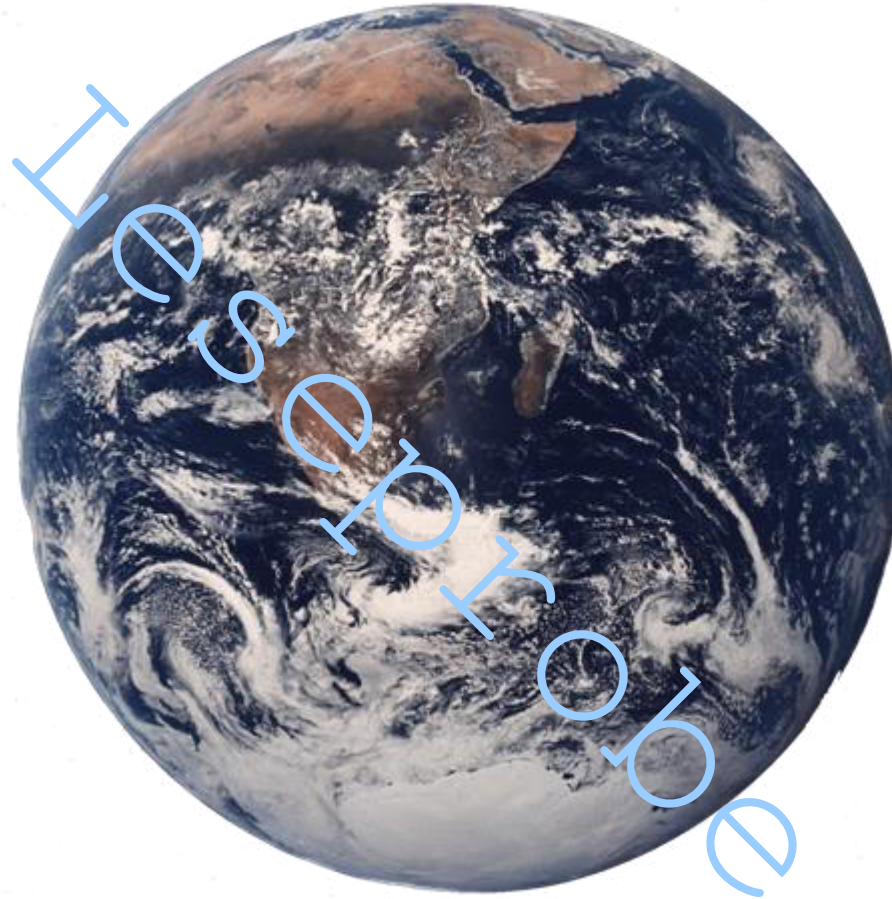


Die Messe aus der Sicht des Besuchers



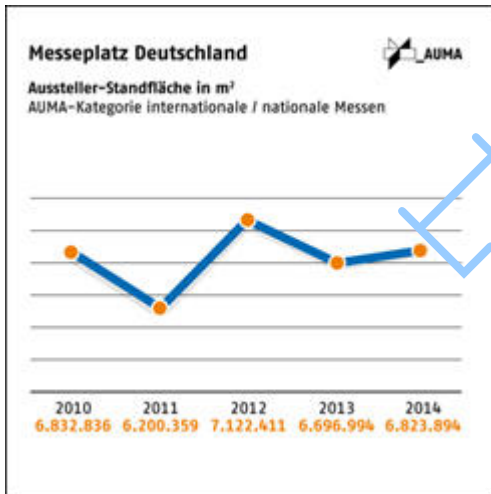
Austausch von:

- Informationen
- Erfahrungen
- Ideen
- Know-how



Die Konkurrenz auf dem Weltmarkt erfordert eine gute Vorbereitung für eine Messeteilnahme.





Quelle: AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., www.auma.de

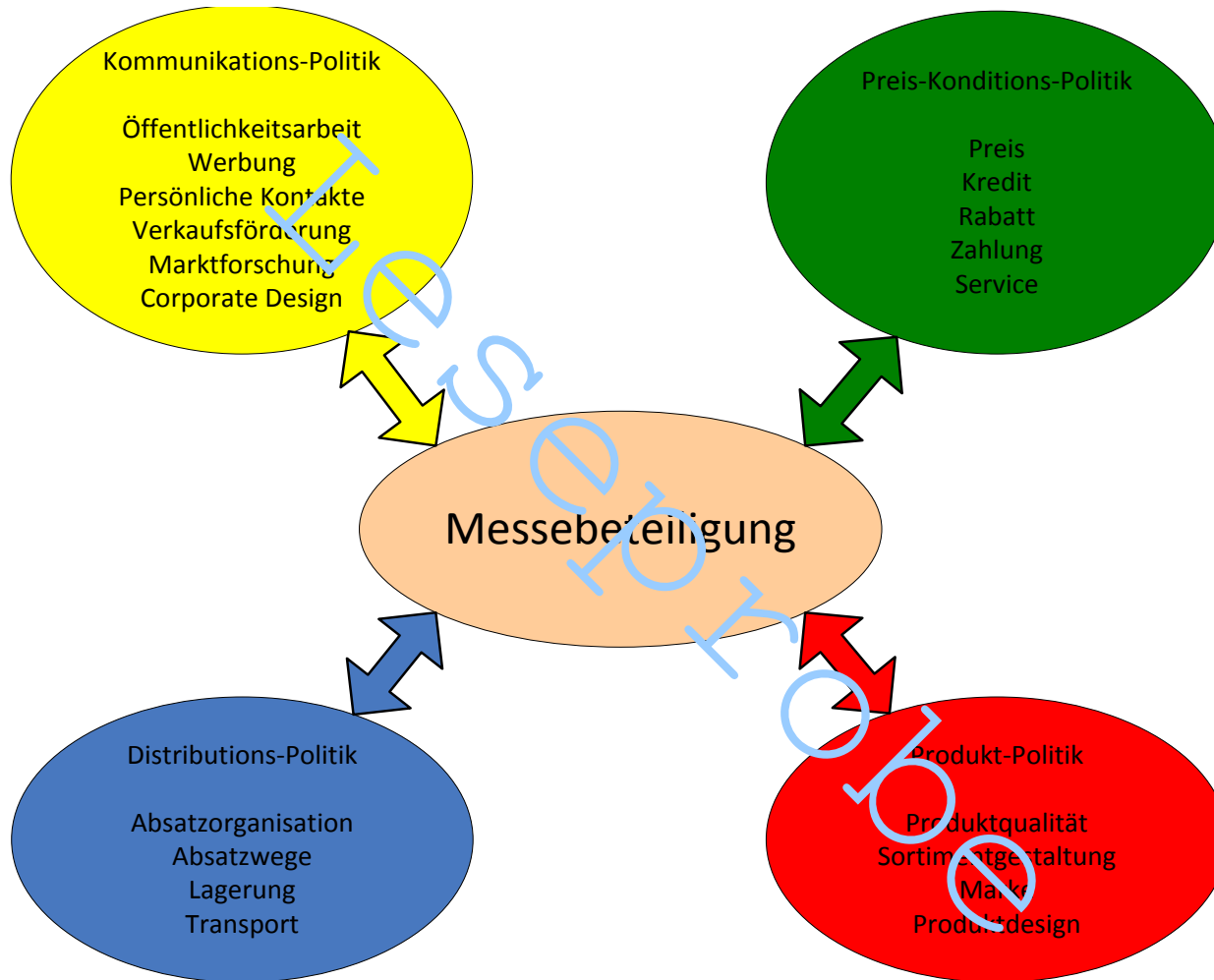


Marketing

Messen ...

- ... bieten ein Marktkonzentrat als Spiegel ausgewählter Märkte.
- ... haben Erlebnischarakter und sprechen alle Sinne an.
- ... gewährleisten und vergrößern die Markttransparenz.
- ... erschließen neue Märkte.
- ... ermöglichen einen direkten Vergleich von Preis und Leistung.
- ... fördern den intensiven Informationsaustausch.





Auf einer Messe kommen alle Bereiche des Marketing-Mix zum Tragen!



Beschaffungsziele:

- Kundeninformationen sammeln
- Kundenbedürfnisse und –wünsche erkennen
- Ideen und Anregungen aufnehmen und weiterentwickeln
- Marktüberblick verschaffen
- Wettbewerb / Konkurrenz beobachten
- Verkaufsstrategien überprüfen
- Eigenen Marktwert prüfen

Absatzziele

- Unternehmens- und/oder Produktpräsentation durchführen
- Kontakte knüpfen und festigen
- Kunden gewinnen und binden
- Verkäufe tätigen

