

## Checkliste für den erfolgreichen Besuch von Ausstellungen und Messen

(Unterlagen zum begleitenden Messetraining für Kundinnen und Kunden)

von Angelo M. Stecher

*Aussteller zeigen Neuigkeiten, Innovationen, Bewährtes...*

Ausstellungen und Messen bieten eine wichtige Orientierungshilfe um Trends für den Arzt- und Spitalbedarf aufzuzeigen. Immer mehr sind aber auch Artikel zu sehen die wertvolle Dienste in einer Physiotherapie, in der Ergotherapie, in der Spitex oder im Alters- und Pflegeheim erbringen. Ausstellungen und Messen bieten eine interessante Gelegenheit Anbieter miteinander zu vergleichen: Produkte, Auftritt, Servicequalität und Einkaufskonditionen.

Die meisten Besucher informieren sich während Pausen oder vielleicht für die Zeitdauer eines Tages. Diese kurze Zeitspanne kann nur optimal genutzt werden, wenn der Besuch geplant, Ziele gesetzt werden und diese Ziele vor dem Besuch überarbeitet, definiert und schriftlich festgelegt werden.

### Bedürfnisse reflektieren

Eine Ausstellung ist ein Marktplatz. Sie besuchen nicht nur Aussteller, Sie besuchen und treffen potentielle Arbeitgeber, Sie präsentieren sich und beachten Andere, Sie treffen Freunde...

Welches sind Ihre Ziele und Ihre Bedürfnisse?

1. Sie besuchen die Ausstellung im Auftrage Ihres Arbeitgebers oder Sie besuchen die Ausstellung in den Pausen einer Generalversammlung oder eines Kongresses. Um effizient zu sein müssen Sie sich klare Ziele setzen. Neuigkeiten zu sehen sowie die bisherige Produkt - Palette in Frage zu stellen. Sollte Ihre Aufgabencheckliste zu lange sein, kann Sie eventuell mit einer anderen Person aus dem gleichen Unternehmen geteilt werden. Nach dem Besuch der Ausstellung steht genügend Zeit zur Verfügung, aus der Fülle der Informationen die wichtigen Feinheiten herauszuschälen.

2. Vielleicht wollen Sie Ihren Ausstellungs - Besuch mit einem gesellschaftlichen Ereignis verbinden. Informieren Sie sich frühzeitig über Kino- oder Theater - Programme. Treffen Sie eine Freundin oder einen Freund, genießen Sie die Küche in einem der Lokale. Vielleicht besuchen Sie am Abend eine Weiterbildung, einen Vortrag oder wollen einfach mal das pulsierende Leben der Ausstellungs - Stadt genießen. Die frühzeitige Planung kann auch hier dazu beitragen, eigene Bedürfnisse abzudecken und läßt den Tag zu einem Erlebnis werden.

### **Produktorientierter Messebesuch**

(auch Dienstleistungen sind Produkte)

Ist diese Ausstellung für Sie wirklich interessant?

### **Bietet diese Ausstellung Nützliches für Ihr Unternehmen?**

Verfügen Sie über einen Katalog oder ein Ausstellerverzeichnis um den Besuch bei den sie interessierenden Ständen vorher zu planen?

- Läßt sich der Ausstellungs (Messe-) - Besuch mit anderen Bedürfnissen wirksam kombinieren?
- Sind in Ihrem Verantwortungsbereich Kaufentscheidungen fällig? Kann die Messe gute Entscheidungshilfen liefern?
- Wie hoch sind schätzungsweise die Kosten für diesen Besuch?
- Stehen Reise, Hotel, Arbeitsausfall und Verpflegungsaufwand in einem vernünftigen Verhältnis zur „Besuchs – Erwartung“?
- Verfügen Sie über genügend Zeit den Besuch in allen Punkten gut vorzubereiten?

### Fragen vor dem Ausstellungs - Besuch

- Ist die Vertretung in Ihrem Unternehmen geregelt?
- Haben Ihnen Ihre Lieferanten (oder an Geschäften mit Ihnen interessierte Firmen) Eintrittskarten zukommen lassen? (Wenn nicht erkundigen Sie sich auch bei KollegInnen oder beim Einkauf Ihres Betriebes)
- Besuchen Sie die Messe mit MitarbeiterInnen oder KollegInnen?
- Ist es aus Zeitgründen nötig und sinnvoll die Aufgaben auf verschiedene MitarbeiterInnen aufzuteilen?
- Ist es sinnvoll wichtige Besprechungen mit Lieferanten vorher zu vereinbaren und damit auch die Verhandlungsposition zu stärken?
  - Ist der entscheidende Verkaufsleiter oder Geschäftsführer am Stand?
  - Kann Messe - Rabatt ausgehandelt werden?
  - Wie groß sind Ihre Kompetenzen und Ihr Verhandlungsspielraum?
- In der Regel ist es sinnvoll die Standbesuche über die Besuchszeit locker zu planen. Denken Sie daran daß Sie immer wieder Freunde und Bekannte treffen.
- Um eine optimale Reihenfolge der Standbesuche zu planen, finden Sie im Ausstellungskatalog die entsprechenden Standortpläne.

## Vorbereitung auf den Tag X.

- Ist Ihr Hotel gebucht?
- Wann gehen Sie essen? Ab 11:30Uhr werden die Plätze knapp und die Wartezeiten entsprechend lange.
- Sind Sie im Besitze von Kopien der Spezifikationen für anzuschaffende Produkte oder Dienstleistungen (z.B. Betten; Verbandswagen, Maschinen, Werkzeuge, Reiserouten, Liquiditätsplanungen, Hard- und Software...) welche Sie z.B. bei einzelnen Ständen nur abgeben können? Vergessen Sie Ihre Agenda nicht. Unnötige nachträgliche Telefonate zur Terminvereinbarung können so verhindert werden. (Oft weiß man nachher doch nicht mehr, wem ein Termin versprochen wurde und wem nicht.) Die vorhandene Agenda vermittelt auch ein Bild der Professionalität und verstärkt damit Ihre Verhandlungsposition.
- Haben Sie genügend Visitenkarten dabei?
- Fotoapparat, Videokamera und Diktiergerät helfen mit, rationell, Wichtiges festzuhalten.
- Nehmen Sie eine handliche und diebstahlsichere Tasche mit!
- Haben Sie die Eintrittskarte und den Fragebogen für die Aussteller?
- Haben Sie Fragen die Ihnen der Messecomputer, sofern vorhanden) ausdrucken kann, schriftlich vorbereitet?
- Haben Sie das Ausstellerverzeichnis?
- Haben Sie die privaten Abmachungen getätigt und reserviert?
- Welche Neuanknüpfungen wollen Sie machen? Informieren Sie sich bei Ihren KollegInnen über gute Lieferantenbeziehung (gute Produkte; guter Service; kurze Lieferzeiten; gutes Preis - Leistungs - Verhältnis...)
- Ist es sinnvoll für geplante Standbesuche bereits vorher Prospekte, Studien oder Poster zu studieren um gezielt fragen zu können.
- Brauchen Sie Firmenpapiere Ihrer Praxis um Abmachungen formal richtig festzuhalten?
- Haben Sie genügend Kleingeld für etwaige Telefonate, Parkgeld, Toiletten...?

### **Marktplatz heißt verhandeln !**

- Haben Sie Ihre Fragen zu den geplanten Besuchen schriftlich?
- Wenn Sie am Stand sind, stellen Sie sich deutlich mit Namen und Funktion vor. Falls dies vom Standmitarbeiter nicht gemacht werden sollte, bestehen Sie auf seiner Vorstellung und der Angabe seiner Funktion in dieser Firma.
- Beharren Sie auf konkreten, praktischen Aussagen. Sollte sich das Gespräch zu einem theoretischen Geschwätz entwickeln, unterbrechen sie es – höflich aber bestimmt.
- Machen Sie Komplimente bei guten Auskunftgebern – vielleicht erfahren sie noch mehr.
- Hinterfragen Sie extreme Aussagen.
- Ist bei bestimmten Produkten Leasing möglich?
- Stehen Ihnen gewisse Investitionsgüter zur Prüfung eine bestimmte Zeit zur Verfügung?
- Sind Einführungsrabatte möglich?
- Planen Sie bewußt Konkurrenzbesuche um Informationen und Aussagen zu überprüfen.
- Seien Sie auch als BesucherIn gewinnend. Gesprächsdistanz ca. 60cm. frischer Atem, angenehme äußere Erscheinung... (Sie erhalten mehr Aufmerksamkeit...)
- Verlangen Sie bei komplizierten Produkten eine Demonstration und stellen Sie sich auf die Seite des Demonstrierenden.

### Auswertung – oder am Tag danach

- Wenn Sie Informationen vermissen, holen Sie diese auf schriftlichem Wege noch ein.
- Werten Sie alle Informationen aus (Eindrücke, Fotos, schriftliche Aufzeichnungen, Diktiergerät und Informationen von Kolleginnen).
- Schreiben Sie Versprechungen auf und überprüfen Sie diese auf deren Einhaltung.
- Halten Sie eigene Versprechungen ein.
- Informieren Sie wenn nötig andere Abteilungen, Kolleginnen etc.
- Ist eine nachträgliche Mitarbeiterbesprechung in Ihrer Praxis oder in Ihrem Spital sinnvoll?
- Verfügen Sie für die Nachbearbeitungen über eine Prioritätenliste?
- Erstellen Sie eine Kosten - Nutzen Analyse für Ihren Besuch.
- Sahen Sie ein Produkt, welches Sie bei einer Aktion (z.B. Tag der offenen Tür...) einsetzen möchten (schöner Stand, nette Werbegeschenke... die Firmen sind Ihnen mit Informationen gerne behilflich)?
- Welche Firmen haben Sie beeindruckt? Weshalb?
- Bei Investitionsgütern – Ist die wirtschaftliche Sicherheit des Lieferanten gewährleistet? Ihre Buchhaltung ist Ihnen gerne behilflich entsprechende Auskünfte einzuholen.
- Wie sieht es aus mit Garantie, mit Service, mit Ersatzgeräten...
- Sollten Sie beim nächsten Besuch einer Ausstellung etwas besser machen?

Ergänzen Sie diese Liste mit den während des Trainings erwähnten und für Sie relevanten Punkte. Je besser Sie vorbereitet sind um so befriedigender und finanziell erfolgreicher (bei Vollkostenrechnung) wird der Tag für Sie und Ihren Arbeitgeber werden.

Viel Erfolg wünscht Ihnen

Ihre STECHER CONSULTING