

# Messtraining

LESEN SIE HIER

- **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**

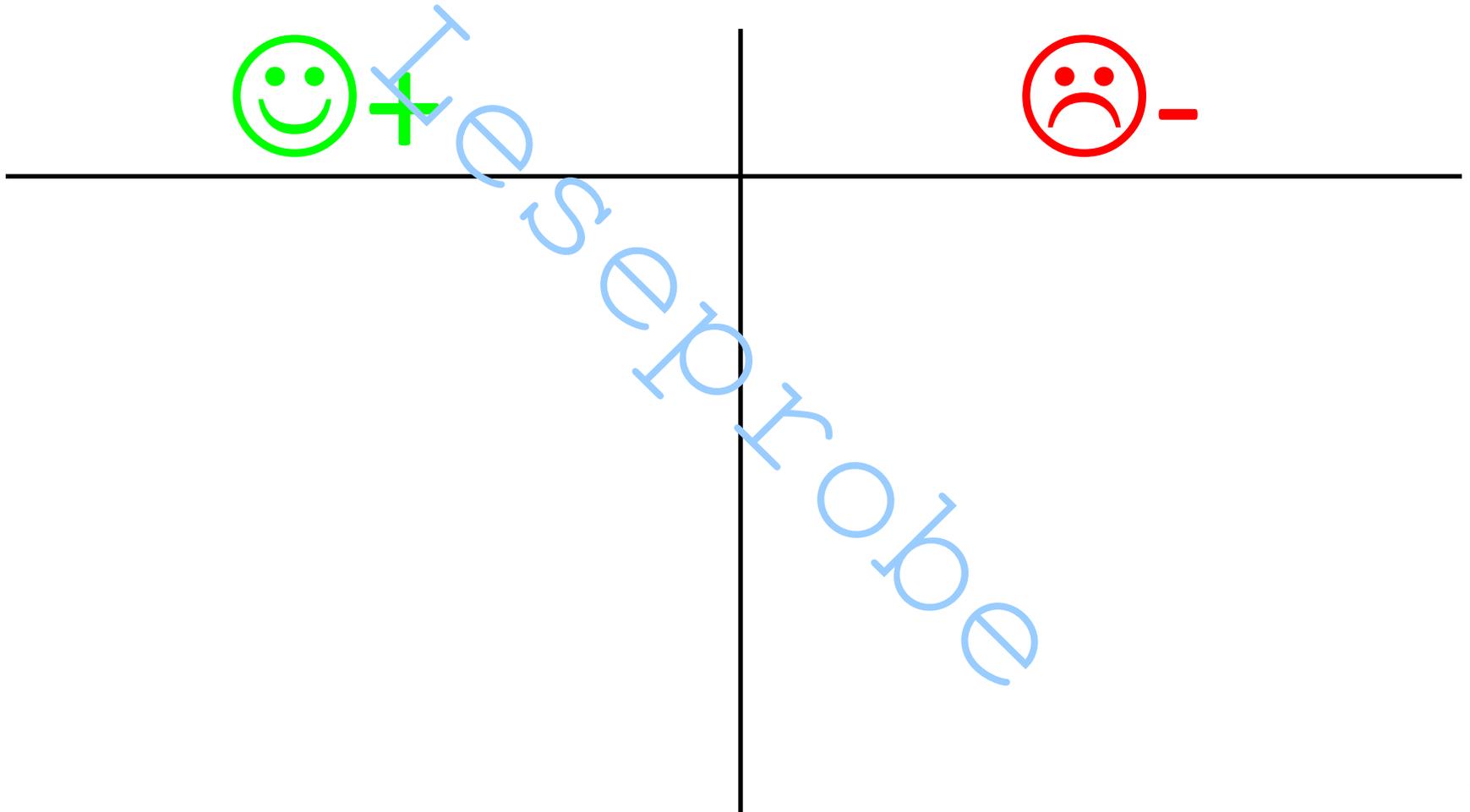


**Ich bitte Sie alle, uns folgende Informationen zu geben:**

- 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?

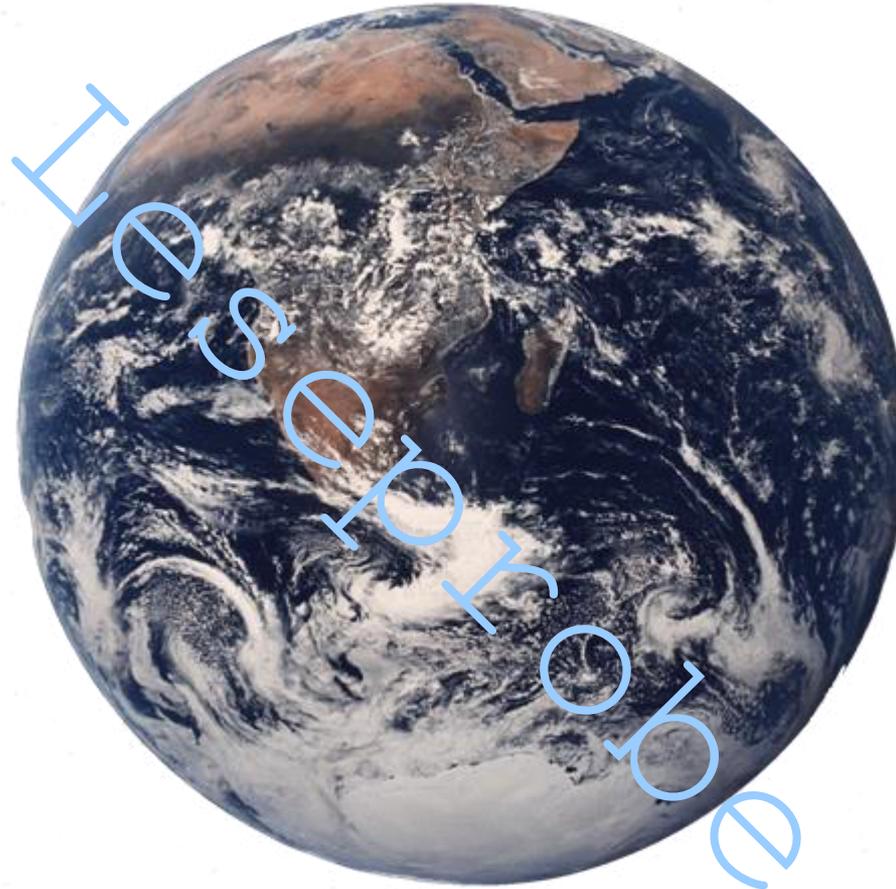


Die Messe aus der Sicht des Besuchers



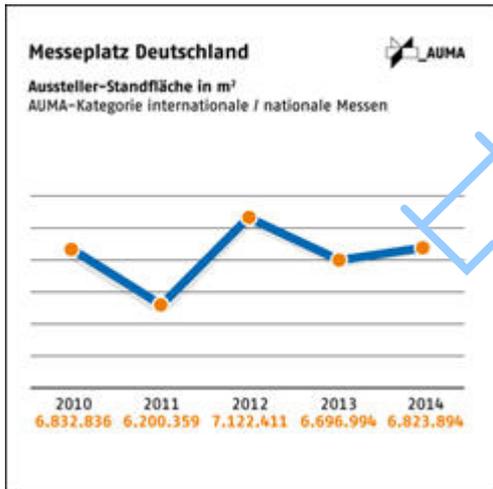
Austausch von:

- 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](http://www.auma.de)

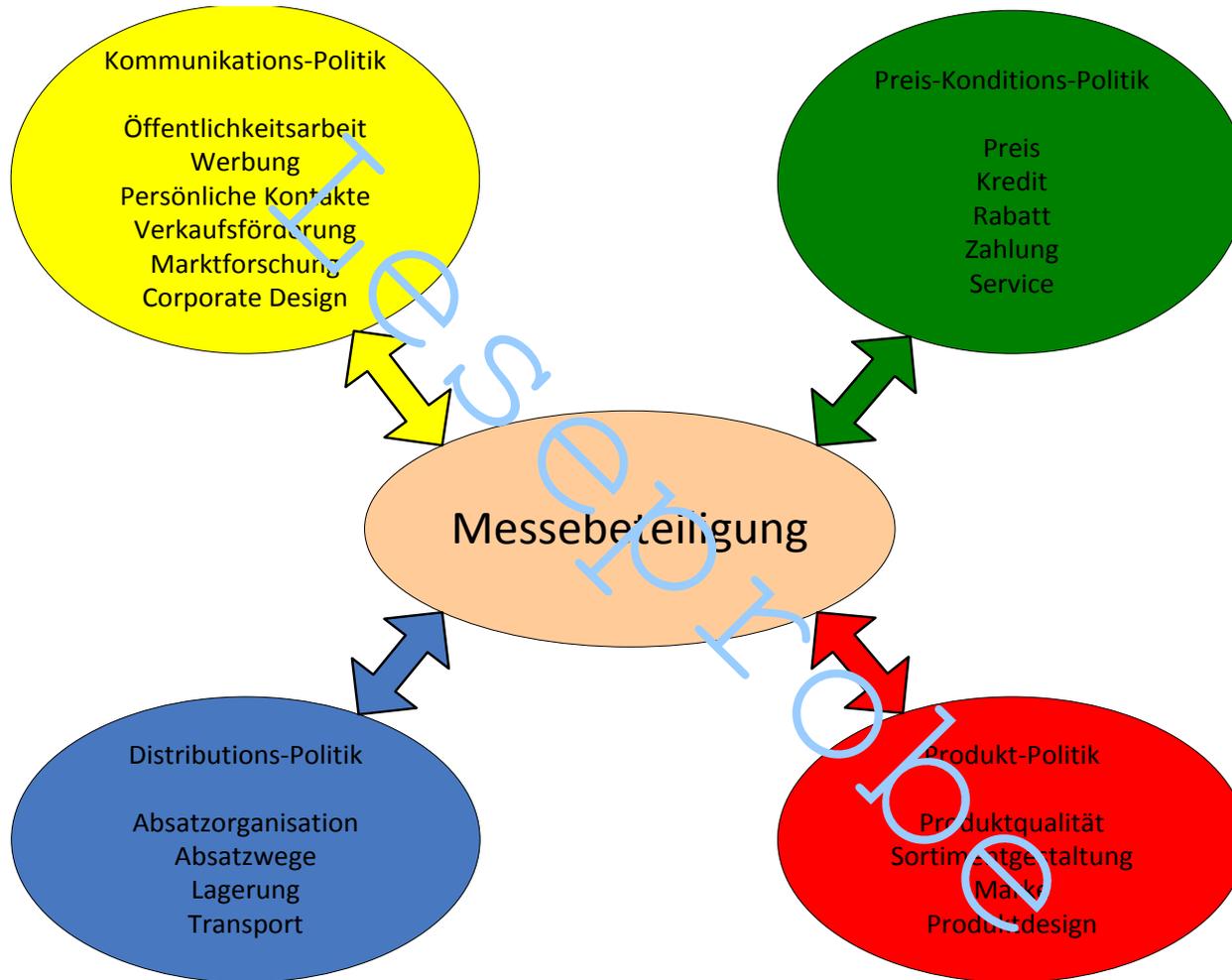


## Marketing

### 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

