



Erfolgreicher Messeauftritt

Der Erfolg eines Unternehmens an einer Messe lässt sich im Vorfeld planen und hängt massgeblich vom Auftreten der Mitarbeiter ab.

Der Auftritt an einer Messe bietet Unternehmen die Chance, mit Kunden in Kontakt zu treten. Aber nur, wenn die Mitarbeiter am Stand als sympathisch und kompetent wahrgenommen werden, wird der Messeauftritt zum Erfolg. Dieser Erfolg lässt sich programmieren: Wer sich bewusst macht, wie er auf andere Menschen wirkt und wie er seine Auftrittskompetenz optimieren kann, kommt mit Besuchern leichter ins Gespräch und kann den Dialog erfolgreich gestalten.

Der erste Eindruck ist entscheidend

Auch auf einer Messe ist es der erste Eindruck, der zählt. Der erste Eindruck entscheidet über die Qualität einer Begegnung und was sich daraus entwickelt. Er entscheidet über Sympathie oder Antipathie, über Erfolg oder Misserfolg. Gerade Besucher einer Messe nutzen diese Plattform, um sich ein Bild über einen neuen Lieferanten zu machen, oder über den möglichen Servicepartner, den Sie im Visier haben. Ein Standbesucher – und ist er noch so unvoreingenommen – taxiert nicht nur den Standauftritt, sondern vor allem die Berater und auch das Standpersonal. Innerhalb Sekunden schätzt er sie ein und kategorisiert sie aufgrund von Äusserlichkeiten wie Auftritt, Kleidung, Frisur, Körperhaltung, Mimik, Hände-

druck, Geruch und nicht zu unterschätzen wegen der Umgangsformen.

Vom souveränen Auftritt zum erfolgreichen Kundenkontakt

Wer auf dem Messeparkett geschäftlichen Erfolg einfahren will, muss mit Auftrittskompetenz glänzen. Diese setzt sich aus verschiedenen Teilaspekten zusammen und jeder einzelne will gebührend beachtet werden. So gilt es, die Regeln der Etikette und der Messekommunikation zu beherrschen. Man sollte zudem die Rolle des Gastgebers kennen und wissen, wie man sich stilvoll benimmt und angemessen kleidet. Wer mit gekonntem Small Talk nach der Begrüssung in die Bedarfsermittlung übergeht, ein erfolgreiches Verkaufsgespräch führt und seine Produkte und Dienstleistungen gekonnt

zu präsentieren weiss, hat schon vieles richtig gemacht. Nun gilt es, Kaufsignale des Kunden und seine Einwände richtig zu interpretieren und zu wissen, wie man ein Gespräch oder Geschäft abschliesst. Und

In Kürze

- Das Auftreten der Mitarbeiter an einer Messe entscheidet oft über Erfolg oder Misserfolg.
- Allerdings messen die meisten Unternehmen dieser Tatsache noch zu wenig Bedeutung zu.
- Erfolg an einer Messe ist programmierbar und setzt sich aus verschiedenen Teilaspekten der Auftrittskompetenz zusammen.



d programmieren

ten. Ein guter Haarschnitt und eine gepflegte Rasur sind selbstverständlich. Die Benutzung von Deo, Parfüm und Rasierwasser ist erwünscht, sofern sie zurückhaltend stattfindet. Einen frischen Atem, den das Gegenüber als angenehm empfindet, verleihen nötigenfalls Minzbonbons. Kaugummis sind dagegen tabu. Sie zu kauen wirkt sehr unhöflich und abweisend.

Gepflegte Höflichkeit ist Pflicht

Selbstverständlich gelten die im Alltag geltenden Höflichkeitsregeln in verstärktem Mass auch bei Messen. So ist etwa Pünktlichkeit die Tugend der Könige. Das gilt nicht nur dann, wenn der Messetag eröffnet wird, sondern insbesondere auch bei Pausen. Es könnte sein, dass ein Kunde gerade Sie sucht und sich nach Ihrer Rückkehrzeit erkundigt hat. Gerade ihn sollte man keinesfalls unnötig warten lassen.

Die Aufmerksamkeit von Messebesuchern zu gewinnen, ist nicht immer einfach. Gerade bei Publikumsmessen, die sich an ein breites Kundenspektrum richten, muss man die am Stand Vorbeiflanierenden zumeist ansprechen, um mit ihnen ins Gespräch zu kommen. Deshalb sollten Sie Präsenz ausstrahlen und Ihr Interesse sowie Ihre Offenheit für Kontakte zeigen. Dies gelingt Ihnen kaum, wenn Sie mit Kollegen zusammenstehen oder sich gar in die Besprechungsecke oder an die Getränkebar setzen. Ebenfalls sollten Sie es vermeiden, am Stand zu lesen oder gar

Monika Seeger ist dipl. Imageberaterin, selbstständiger Coach, Seminarleiterin und Inhaberin der Imagenow GmbH. Sie hat langjährige Erfahrung im Verkauf und Marketing in der IT-Industrie sowie im Personal Management. Sie weiss wovon sie spricht, wenn es um Auftrittskompetenz geht und leitet ihre Seminare sehr praxis- und erfolgsorientiert. Als Expertin für moderne Umgangsformen begleitet sie Unternehmen und Privatpersonen bei der Definition ihres persönlichen Stils sowie Image und zeigt auf, wie stilsicherer Auftritt, sowohl im Alltag als auch in der modernen Arbeitswelt, spielend gelingt.

schliesslich sorgt die richtige Nachbearbeitung der an der Messe geschlossenen Kontakte zum erfolgreichen Messauftritt.

Da der erste Eindruck zumeist ein optischer ist, kann dem gepflegten Auftreten nicht genügend Beachtung zukommen. Die Herren tragen mit Vorzug einen dezenten klassischen Anzug in dunkler Farbe wie Schwarz, Anthrazit, Dunkelblau oder Dunkelgrau. Das strahlt Kompetenz aus. Unterstrichen wird dieser Eindruck durch ein weisses Hemd mit einer gestreiften oder zurückhaltend gemusterten Krawatte. Auf einer Messe sind lange Socken oder Kniestrümpfe ein Muss.

Die selben dunklen Farbtöne wie den Herren seien auch den Damen empfohlen. Für die Vertreterinnen und Vertreter beider Geschlechter gilt, dass hellere Farben wie beige und grau etwas leger und sportlich wirken. Die Damen sollten sich für einen eleganten Hosenanzug oder ein Kostüm entscheiden. Dazu passen weisse oder helle einfarbige Blusen. Als Alternative geht auch ein Top oder Shirt. Dazu kann ein Foulard in passender Farbe getragen werden. Die Rocklänge geht bis zur Kniemitte. Tragen Sie keine kur-

zen Röcke, keine tiefen Ausschnitte, nicht zu viel Schmuck und achten Sie auf den sparsamen Einsatz von Make-up. Alles, was vom eigentlichen Messeziel ablenkt, ist unpassend. Strümpfe sind Pflicht und für den Notfall (Laufmaschen) empfiehlt es sich immer ein Paar Ersatzstrümpfe dabei zu haben.

Schuhe und Gürtel sind immer in einer Farbe und hat eine Hose oder ein Jupe Gürtelschlaufen, so ist das Tragen eines Gürtels ein Muss. Von sichtbaren Tattoos, Piercings, Unterwäsche und Verzierungen an Fingernägeln ist abzusehen. Das Schuhwerk sollte sauber sein und zur Kleidung passen. Bequeme Schuhe machen unendlich lange scheinende Messetage erträglich. Aus diesem Grund sollte man darauf verzichten, neue Schuhe anzuziehen.

Die Höflichkeit gebietet, stets ein Namensschild zu tragen. Dieses wird links auf Brusthöhe angebracht und trägt das Firmenlogo sowie den Namen und Vornamen.

So banal es klingen mag: Aber auch auf die Körperhygiene ist unbedingt zu ach-

Der erste Eindruck und die Wirkung auf unser Gegenüber beruht auf:

- 55 % Nonverbale Signale Äusserlichkeiten
- 38 % Stimme
- 7 % Sprechinhalt

zu telefonieren. Man wird sie dabei kaum stören wollen, um Ihnen Informationen abzurufen oder gar um etwas zu kaufen. Als unhöflich wird es auch betrachtet, wenn Sie am Stand öffentlich essen und trinken. Ziehen Sie sich dafür in die Pause zurück.

Zuwendung wird belohnt

Wenn Sie die Aufmerksamkeit einer Messebesucherin oder eines -besuchers gewonnen haben, betrachten Sie dies als Geschenk und verhalten Sie sich entsprechend. Auch wenn dies an langen Messtagen zur Herausforderung werden kann: wenden Sie sich Ihrem Vis-à-vis bewusst zu und unterlassen sie es, in eine andere Richtung zu blicken oder Ihren Blick schweifen zu lassen. Häufig verleitet ein hoher Geräuschpegel im Hintergrund dazu, immer lauter zu sprechen. Machen Sie sich bewusst, dass Ihr Gesprächspartner Sie auch versteht, wenn Sie sich mit gemässigter Stimme äussern. Verwenden Sie einen ruhigen und gleichmässigen Tonfall. Unterbrechen Sie ihn nie, sondern lassen Sie ihn ausreden, bevor Sie antworten. Selbstredend ist es unangebracht während eines Gesprächs zu gähnen, oder sich die Nase zu reinigen. Auch ständiges Husten oder Niesen wirkt irritierend.

Wenn Sie am Stand alkoholische Getränke ausschenken oder gar solche verkaufen, sollten Sie diese nicht selber konsumieren. Auch ein Gläschen aus Höflichkeit beeinträchtigt Ihre Auftrittskompetenz. Denken Sie daran, dass Ihre Präsenzzeit am Messestand gleichbedeutend ist mit Arbeitszeit. Und auch wenn Sie glauben, dass Sie während oder am Ende des Messtages viel Spass haben, wenn Sie sich das eine oder andere Glas genehmigen, müssen Sie damit rechnen, dass Sie dabei in der Achtung Ihrer Mitmenschen zurückgestuft werden.

Die Details pflegen

Unterlagen und Dokumentationen, die Sie abgeben, repräsentieren auch nach dem Ende der Messe das Image Ihres Unternehmens. Achten Sie daher darauf, dass diese vollständig und sauber sind. Auf keinen Fall sollte das Exemplar des

Kunden Ihre Notizen enthalten.

Achten Sie darauf, dass Sie genügend aktuelle Visitenkarten haben. Diese müssen in einwandfreien Zustand sein und dürfen keine schmutzigen Ecken und Ränder haben. Zum Schutz dient ein Visitenkartenetui, das Sie im Jackett tragen. Beim Visitenkartenaustausch achten Sie darauf, dass Sie die Karten, die Sie empfangen, zur Weiterbearbeitung an die Standleitung weitergeben.

Wenn Sie ein internationales Publikum erwarten, lohnt es sich, sich mit den kulturell unterschiedlichen Gepflogenheiten und Sitten der wichtigsten Besuchergruppen vertraut zu machen. Begrüssungsrituale, der Umgang mit Augenkontakt oder der kritischen Distanz, aber auch die Handhabung der Visitenkarten beispielsweise werden in südlichen oder asiatischen Ländern ganz unterschiedlich gehandhabt und können zu unnötigen Missverständnissen führen.

Langfristiges Denken bringt Erfolg

Denken Sie schliesslich daran, dass der Umsatz, den Sie auf der Messe machen, nicht das Mass aller Dinge ist. Der Erfolg bemisst sich viel mehr an den Kontakten, die Sie hier gewinnen können und dem daraus entstehenden Folgeumsatz. Je motivierter, informierter, qualifizierter und stilsicherer das Standpersonal ist, desto grösser sind die Chancen für hohe Verkaufs- und Kontaktresultate. Deshalb sind eine sorgfältige Auswahl der Mitarbeiter am Stand und ihre intensive Schulung ebenso wichtig, wie die wirkungsvolle Präsentation der Produkte und Dienstleistungen.

Warum wird die Auftrittskompetenz des Messepersonals immer noch zu sehr unterschätzt? Häufig fehlt es an einer präzi-

sen Zielsetzung der Aussteller. Man geht an die Messe, weil man es schon immer gemacht hat. Man zeigt Flagge. Aber an die Gewinnung neuer Kunden denkt man nicht oder nur am Rande. Und wenn, hat man dann im Voraus schon geplant, wie man sie gewinnen könnte? Ein schöner Stand alleine genügt nicht. Vielmehr ist die Auftrittskompetenz jedes Repräsentanten am Stand matchentscheidend.

Wichtige Hinweise

- Legen Sie niemals das Jackett ab.
- Ausnahme: Beim Gespräch in der Sitzecke, wenn Ihr Gastgeber Sie dazu auffordert oder Ihr Gast oder Kunde das Jackett auszieht.
- Als Herr schliessen Sie Ihr Jackett, wenn Sie aufstehen (ausser dem untersten Knopf).
- Ein zweireihiger Anzug wird immer geschlossen getragen.
- Einreihiger mit Weste können geöffnet bleiben. Bei der Weste bleibt der unterste Knopf offen.

Kontakt

Monika Seeger

Dipl. Imageberaterin
und Inhaberin.



Imagenow GmbH

Hauptstrasse 64
CH-6315 Oberägeri

Tel. +41 (0)41 750 86 86

monika.seeger@imagenow.ch
www.imagenow.ch