



OPTIMIERTE MESSE-NACHBEREITUNG: SO GEWINNEN KMU ZEIT UND NEUE KUNDEN

Messen gelten für viele Unternehmen nach wie vor als wichtige Plattform zur Neukundengewinnung. Die diversen Ausstellungen sind, neben dem eigentlichen Zweck der Waren- und Dienstleistungspräsentation, ein hervorragender Ort für die Kundenakquise. Ob Präsenzveranstaltung oder digitales Zusammenkommen von Interessenten, Fachleuten und Investoren, externe Kommunikation und ein fachlicher Austausch sind ein Schlüssel zum Erfolg für Start-ups und etablierte Marken gleichermaßen. Was die meisten Messeteilnehmer allerdings nicht wissen, der eigentliche Erfolg der Veranstaltung zeigt sich häufig erst Tage oder sogar Wochen nach dem Ende der Veranstaltung.

PROBLEM: INTERESSENTEN WERDEN NICHT KONTAKTIERT

Grundsätzlich lassen sich die Besucher einer Messe in zwei Gruppen unterteilen: Durchschnittlich haben lediglich sieben Prozent der Messebesucher ein aktives Kaufinteresse, während sich die restlichen 93 Prozent nur informieren möchten. Das Ziel der Aussteller muss es also sein, auch diese restlichen 93 Prozent auf ihre Lösungen aufmerksam zu machen und ein Kaufinteresse zu wecken. Damit dies gelingt, müsse der Fokus der anbietenden Unternehmen laut Expertin Evi Mattil auf die Messenachbereitung gelegt werden. „Während der Messe sammeln die Unternehmen die Kontaktdaten zahlreicher potenzieller Kunden. Jedoch werden im Schnitt nur 26 Prozent der Interessenten im Nachhinein kontaktiert. Die

restlichen 74 Prozent erhalten weder Rückmeldungen noch Terminvorschläge, geschweige denn konkrete Angebote“, weiß die zertifizierte Unternehmensberaterin. Die Mitarbeitenden kommen von der Messe zurück an ihren Schreibtisch und werden schnell vom Tagesgeschäft eingeholt. Die Messe-Nachbereitung bleibt dabei häufig auf der Strecke. Die Unternehmen verzichteten demnach freiwillig auf möglichen Umsatz, so die Fachfrau. Laut Mattil sind an dieser Stelle digitale Lösungen gefragt, um Mitarbeiter zu entlasten und die Messenachbereitung zu automatisieren.

LÖSUNG: DIGITALE MESSE-NACHBEREITUNG

Gemeinsam mit Ihrem Team aus dem Beratungsnetzwerk Interrupt betreut Evi Mattil kleine und mittelständische Unternehmen von der Planung der Veranstaltung bis hin zur anschließenden Kontaktaufnahme der jeweiligen Interessenten. „Bereits vor dem Start der Veranstaltung erstellen wir eine automatisierte und individuelle E-Mail-Kampagne. Über eine digitale Visitenkarten-Lese-App gelangen die gesammelten Kontaktdaten noch während der Messe direkt in den entsprechenden E-Mail-Verteiler. Umgehend aktiviert sich die Kampagne zum Versand der elektronischen Visitenkarte und dem gewünschten Info-Material von selbst und die Interessenten erhalten diese automatisch und direkt nach dem Gespräch in Ihrem E-Mail-Postfach – alles also digital und ohne zusätzlichen Personalaufwand“, schwärmt die Fachfrau für Digitalisierung. Gleichzeitig wird ein großer Beitrag zur Nachhaltigkeit geleistet und es wird Budget eingespart, da der Druck von Broschüren und Visitenkarten erheblich reduziert werden kann. So kann man laut Mattil das Potenzial einer Messe vollständig ausschöpfen. Für Unternehmen, die am Thema „erfolgreiche Messe-Nachbereitung“ interessiert sind, bietet Evi Mattil eine ausführliche Broschüre mit allen wichtigen Tipps und Schritten kostenfrei an. [Der Zugang zur Online-Broschüre „Messe-Nachbereitung“ lässt sich hier freischalten: klicke hier.](#)



Evi Mattil, Expertin für Digitalisierung und Automation von KMU

<https://interruptnet.com/>



ANSPRECHPARTNER MEDIAKOMMUNIKATION



Peter Laaks
Telefon +49 (0)201-50 73 34 54
E-Mail redaktion@pressebuero-laaks.de
Webseite <https://www.pressebuero-laaks.de>

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.