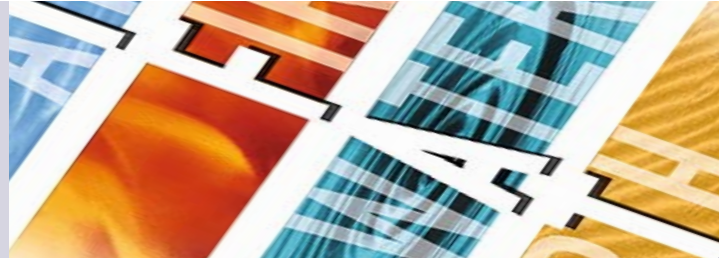




Messtraining IFAT 2005

Fallstudie



Einleitung

Die vorliegende Fallstudie beschreibt die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Qualifizierung des Standpersonals der KOPF AG für die Messe IFAT 2005 in München. Das Unternehmen nutzte dazu Elemente aus dem Advantos-Messe-Performance-Konzept. Wir danken Herrn Kipp und der KOPF AG für diesen ausführlichen Bericht aus Kundensicht.

Der Autor



*Eberhard Kipp
Leiter Marketing*

Eberhard Kipp zeichnete bei der KOPF AG verantwortlich für das Projekt „Messtraining IFAT 2005“ und war in allen Phasen hautnah am Geschehen.

Die Ausgangssituation

Die KOPF AG ist ein mittelständisches Unternehmen auf dem Gebiet der Umwelt- und Energietechnik. Im Rahmen eines Pilotprojektes wurde in den vergangenen Jahren ein Verfahren zur Vergasung von Klärschlamm entwickelt und patentiert. Nachdem das Regierungspräsidium Tübingen die Dauerbetriebsgenehmigung erteilt hat, kann die aktive Vermarktung beginnen.

Die KOPF Klärschlammvergasung verwandelt den Problemstoff Klärschlamm in ein vielseitig einsetzbares mineralisches Granulat. Damit kann das Entsorgungsproblem vieler Kläranlagenbetreiber gelöst werden, denn zum 1.06.2005 treten verschärfte Richtlinien zum Umgang mit Klärschlamm in Kraft. Danach darf Klärschlamm weder auf landwirtschaftlichen Flächen ausgebracht noch deponiert werden.

Auf der bedeutendsten Weltmesse für Abwasser und Entsorgung, der IFAT in München, die in dreijährigem Rhythmus stattfindet, durfte die KOPF AG daher nicht fehlen. Man hätte sich kaum einen günstigeren Zeitpunkt vorstellen können, um das neue und erprobte Verfahren dem deutschen und internationalen Publikum vorzustellen.

Messtraining IFAT 2005 Fallstudie



Die Ausgangssituation (Fortsetzung)

Für die Messedauer von 5 Tagen galt es also, alle verfügbaren Kräfte zu mobilisieren. Natürlich wurde neben dem Schwerpunkt Klärschlammvergasung auch die übrige Leistungspalette des Unternehmens, die für die Messebesucher relevant ist, präsentiert. Auf bisherigen Messen wurde der Fokus darauf gelegt, bestehende Kontakte von Kunden/Lieferanten zu halten und zu pflegen.

Neben einem aufwendigen Messestand und einem breitgefächerten Spektrum an flankierenden Werbemaßnahmen galt es nun auch noch sicher zu stellen, dass mit den begrenzten persönlichen Ressourcen während der begrenzten Messedauer das bestmögliche Ergebnis erzielt wird. Schließlich kommen die Besucher nur ein einziges Mal auf den Stand.

Organisation und Effizienz auf dem Messestand schienen wichtig, ebenso klare Zielsetzungen und gut geschultes, professionell auftretendes Personal.

Die daraus resultierenden Probleme

Der hohe Anteil an Fachpersonal, das für die Messe eingesetzt wird und die hohe Kompetenz insgesamt, war bei dem zu erwartenden Fachpublikum sicherlich eine eindeutige Stärke, die entsprechende Chancen mit sich brachte.

Schwächen/Risiken waren in der Tatsache zu sehen, dass die eingesetzten Mitarbeiter nicht auf langjährige Erfahrungen im Verkauf und im Messegeschäft zurückgreifen konnten. Zudem sind die Mitarbeiter vorwiegend in der Projektabwicklung oder im technischen Bereich tätig. Die Gefahr sah man darin, dass das Fachpersonal für Klärschlammvergasung die Besucher in fachlich zu tiefgehende Gespräche verwickeln und den Messezweck, nämlich die Akquisition, aus den Augen verlieren könnte.

Die Resultate der SWOT- Analyse

Die Schwächen/Risiken lagen also vor allem in den kommunikativen Fähigkeiten der Mitarbeiter, die auf der IFAT eingesetzt werden sollten. Ziel musste es dann logischerweise sein, die Mitarbeiter in diesen Bereichen „fit zu machen“ für die kommende Messe.

Messtraining IFAT 2005 Fallstudie



Die Resultate der SWOT-Analyse (Fortsetzung)

Im Bereich Klärschlammvergasung als Projektgeschäft waren auf der Messe selbst keine Abschlüsse zu erwarten. Das machte qualifizierte Leads besonders wichtig. Deshalb wurden auch in diesem Bereich genau quantifizierte Ziele gesetzt.

Die Maßnahmen zur Zielerreichung

Vorstand und Marketingleitung entschieden sich, einen externen „Messtrainer ins Boot zu nehmen“. Der Kontakt zu advantos kam zustande.

In einer ersten, fruchtbaren Besprechung im kleinen Kreis wurden die Grobziele besprochen und die erforderlichen Maßnahmen definiert: Eine Start-Projektsitzung mit Erarbeitung der genauen Messeziele, Gesprächsziele usw., ein Vorbereitungs-Workshop zur Entwicklung wirksamer Argumente/Einwandbehandlungen und ein zweitägiges Messtraining fürs gesamte Standpersonal wurden beschlossen.

Die Durchführung

Eine Herausforderung war es, die Trainings Teilnehmer aus unterschiedlichen Bereichen und Hierarchie-Ebenen individuell und trotzdem im Team zu schulen.

Der Teilnehmerkreis reichte vom Vorstandsvorsitzenden über Abteilungs-, Entwicklungs- und Projektleiter bis zu kaufmännischen Mitarbeiterinnen, die auf dem Messtand als Hostess tätig werden sollten.

Ergänzend und als Hilfe für jeden „Messe-diener“ entwickelten die Teilnehmer des Vorbereitungs-Workshops mit dem Trainer einen „Messepickzettel“, der während des Trainings an die Teilnehmer ausgegeben wurde.



Messestand der KOPF AG auf der IFAT 2005

Messtraining IFAT 2005

Fallstudie



Die Durchführung (Fortsetzung)

Das Ziel des Messtrainings sollte sein, dass jeder mit den Messezielen vertraut ist, den Umgang mit Messegesprächen (Gesprächsleitfaden) festigt, die Kundendaten und Gesprächsergebnisse dokumentiert und anhand von Rollenübungen die Messepraxis trainiert. Es sollte eine gewisse Sicherheit im Gespräch mit den verschiedenen Besuchergruppen erzeugt und die verschiedenen Infogewinnungstechniken geübt werden.

Dabei wurde sowohl auf das Üben der Ansprache durch das Fachpersonal als auch durch die Hostessen eingegangen. Das Ganze wurde durch Rollenübungen, in denen jeder sowohl die Kunden- als auch die Ausstellerseite darstellte, ausführlich trainiert. Es wurde hierfür der ganze Samstag eingeplant und der Freitag für die vorbereitende Kommunikations- „Theorie“ genutzt.

Der vorab ausgearbeitete „Messespickzettel“, in dem die wichtigsten Punkte, Informationen und Techniken nochmals festgehalten wurden, diente dem Standpersonal im Training und auf der Messe zum schnellen Nachschlagen.

Die Erfolgskontrolle

Nach dem Messtraining/ vor der Messe:

Die Beteiligten des Messtrainings waren einstimmig der Meinung, das Messtraining habe ihnen viel gebracht und es wurde Sicherheit im Umgang mit der Kundenansprache erzeugt.

Die Frage- und Steuerungstechniken, die man vorher nicht so wahrgenommen hatte, waren hilfreich für alle. Außerdem wurde einstimmig geäußert, dass das Training ein großer Fortschritt für die Teamarbeit und dem Umgang im Team war.

Nach der Messe:

Der Besucherstrom auf den Stand war so immens, dass die Initiative in den wenigsten Fällen vom Personal ausgehen musste. Im Nachhinein hätte man den Trainingsschwerpunkt deshalb noch weiter auf die eigentlichen Kundengespräche verlegen können.

Vom Messepersonal wurde auch geäußert, man habe die Spickzettel – zumindest während der Messe – nur wenig benötigt. Aber das kennen wir ja von der Schule: Wenn der Spickzettel erst mal erarbeitet und geschrieben ist, wird er nur ganz selten gebraucht.

Messtraining IFAT 2005 Fallstudie



Die Erfolgskontrolle (Fortsetzung)

Die große Anzahl an aussagekräftigen Messegesprächsnotizen, die sogar deutlich über den gesteckten Zielen lag, lässt darauf schließen, dass die Gespräche im allgemeinen zielorientiert und strukturiert geführt wurden – und dies trotz großer Hektik.

Die Nachbetrachtung/ Zusammenfassung

Was durch die Messe letztendlich an Aufträgen generiert werden kann, wird sich in den nächsten Wochen während des Nacharbeitens zeigen. Interessante und viel versprechende Kontakte wurden jedenfalls geknüpft. Erste Nach-Termine haben bereits stattgefunden.

Wir sind der Meinung, dass wir mit der geschilderten Vorgehensweise den richtigen Weg eingeschlagen haben.

Die hier gewonnenen Erkenntnisse für das Unternehmen und die noch positivere Einstellung unserer Mitarbeiter gegenüber Messeinsätzen werden uns bei späteren Messeprojekten von Nutzen sein.

Im Herbst werden wir Gespräche mit advantos über eine Fortführung der Trainings außerhalb des Messethemas führen.

Kontakt aufnehmen!

Jedes Messeprojekt ist anders, hat seine Besonderheiten. Nutzen Sie deshalb die Möglichkeit und sprechen Sie mit uns. Wir erstellen Ihnen dann bei Bedarf ein genau auf Ihre Belange zugeschnittenes Angebot.

advantos Training · Beratung · Coaching

E-Mail info@advantos-training.eu
 Internet www.advantos-training.eu
 Messe- [www.advantos-training.eu/](http://www.advantos-training.eu/leistungsuebersicht-training/)
 Training [leistungsuebersicht-training/](http://leistungsuebersicht-training/messtraining.html)
messtraining.html

Telefon 0700 ADVANTOS
 oder 0700 . 23 82 68 67
 international +49 71 81 . 9 32 98 32
 Fax +49 71 81 . 93 26 38

Adresse Trollblumenweg 2
 D-73614 Schorndorf



Kopf AG · Umwelt- und Energietechnik

E-Mail e.kipp@kopf-ag.de
 Internet www.kopf-ag.de

Telefon +49 74 54 . 75 - 0
 Fax +49 74 54 . 75 - 159

Adresse Stützenstraße 6
 D-72172 Sulz-Bergfelden