

Presseinformation

Weitere Informationen:
Mag. Rosmarie Listmaier
Konzeption und Beratung
Tel.: +43 (0) 662/82 93 90-11
Fax: +43 (0) 662/89 07 39 39
Mobil: +43 (0) 664/105 87 43
E-Mail: office@ccm-iu.at

Referenz: PR/102/07

Hausmessen boomen!

Der Trend der Unternehmer, Messen zu nutzen um Produkte zu präsentieren und Kunden zu gewinnen wird von Jahr zu Jahr stärker sichtbar. Doch wann wird eine Messe zum Erfolg für Veranstalter und Aussteller? Immer dann, wenn die Qualität des Angebots im Vordergrund steht und der richtige Mix aus Informationsgehalt, Entertainment und Neuigkeitswert gefunden wird.

Messe heißt in Dialog mit den Kunden zu treten. Eine Plattform nutzen um interessiertes Publikum von den Vorteilen seines Produktes und seiner Dienstleistungen zu überzeugen. Die klassische Messe hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Neue Messen kommen und gehen, große Messen haben mit Ausstellerrückgängen zu kämpfen. Die Zeit wird für die Menschen immer kostbarer und die Auswahl an Messen und Veranstaltungen immer größer. Die Kunst ist es, die richtigen Menschen auf die Messe aufmerksam zu machen. Auch hier gilt wieder: interessiertes Publikum vor Prospektsammler.

One to one Marketing im Trend

„Wir sind in unserer Agentur nicht nur Messeveranstalter für Publikumsmessen wie die **Salzburger Wohnmesse** oder die **Zukunfts-energie**. Wir unterstützen unsere Kunden vor allem auch bei Hausmessen und Informationsveranstaltungen“, so Frau Mag. Rosmarie Listmaier, Geschäftsführerin der Werbeagentur *CCM – integrierte Unternehmenskommunikation*. One to one Marketing ist ein Trend, der sich seit einiger Zeit klar erkennen lässt und integriert in einem Marketingplan Sinn macht. Bei einem professionellen Messeauftritt wird die richtige Zielgruppe genauer angesprochen und neue zukünftige Stammkunden werden dazu gewonnen. Eine Messe darf nie isoliert betrachtet werden, in einem gelungenen Kommunikations-Mix bringt sie den nachhaltigsten Erfolg. Es entsteht eine Kommunikationsplattform, die über eine Messe hinausgeht. Nur so kann die jeweilige Messe eine tragende Rolle am heimischen Markt einnehmen.

So gewinnt die Messe an Attraktivität

Der Besucher filtert auf der Messe und entscheidet zu Hause. Die Vor- und Nachbearbeitung bestimmt daher über den Erfolg einer Messe. Qualität vor Quantität. Der Messebesucher sollte von der Vielfalt überrascht aber nicht erdrückt werden. Die Aussteller setzen ihre Produkte ins rechte Licht und so wird die eigene Präsentation zum besonderen Kundenerlebnis. Wenn die Messe zu einem Marathon wird anstatt zu einem spannenden Spaziergang, ist bald die Luft raus und somit auch die Möglichkeit etwas wahrzunehmen. „Eines versuche ich meinen Kunden immer klar zu machen: Erfolgreiche Messearbeit ist Knochenarbeit und eine Messe ist eine hervorragende Vertriebsplattform, der potentielle Kunden sogar aus freiem Willen einen Besuch abstatten“, so Mag. Rosmarie Listmaier. Es gibt viele Möglichkeiten auf einer Messe Kunden zu gewinnen, Kontakte aufzubauen und sich über Aktuelles zu informieren. Und dazu gehört nun mal zwingend adäquates, sensibilisiertes und geschultes Personal. Gut informiertes und freundliches Personal braucht keine Konkurrenten scheuen und bringt den gewünschten Erfolg. Kundenreaktionen sprechen eine deutliche Sprache und nirgendwo sonst können Anregungen, Fragen und Kritiken persönlicher entgegengenommen werden als auf einer Messe. Offene Kommunikation ist das Stichwort. Mit der richtigen Angebotsmischung und kreativen Impulsen wird die Messe zum Publikumsmagneten.