



Planung ist alles, denn:

## Messen sind ein Muss

**Kaum eine Plattform ist so spannend, interessant und informativ, aber auch so anstrengend wie eine Messe. Der Mix aus Angebot und Nachfrage, belebt von Menschen, die eine geschäftige Stimmung verbreiten, lässt recht schnell regelrechtes Messiefieber ausbrechen, das euphorisch macht, aber auch „die ganze Frau“ fordert. Wie man sich auf dieses „come together“ perfekt vorbereitet, seine „to-do-Liste“ stressfrei abarbeitet, viele nützliche, neue Informationen sammelt und dabei auch noch Spaß hat, erfahren Sie hier.**

**N**eu entfacht oft Begeisterung, wenn es überzeugt. So überzeugt, dass man die Neuentdeckung in sein Dienstleistungsspektrum einbinden möchte. Wo könnte man besser Entdeckungen machen als auf Fachmessen? Kaum eine Plattform ist so vielseitig. Hier wird das Neueste vom Neuen präsentiert und nachgefragt. Alles zusammen auf relativ überschaubarer Fläche. Hier treffen sich Brancheninsider aus verschiedenen Nationen, die sämtlich ein ähnliches Ziel verfolgen: innovative Angebote zu machen bzw. zu checken, neue Geschäftspartner zu finden, sich mit Gleichgesinnten zu treffen und auszutauschen oder einfach nur neue Business-Kontakte zu knüpfen.

### Auf den Weg begeben

Lassen Sie sich vom Messiefieber anstecken. Eine gute Vorbereitung auf den Messebesuch steigert die Euphorie. Das beginnt schon beim Start. Planen Sie, sofern möglich, öffentliche Verkehrsmittel in den Anfahrtsweg ein. Diese bringen Sie sicher und stressfrei zum Ziel. Zwar sind Sie

mit dem eigenen Auto unabhängiger. Parkplatzprobleme und damit verbundene Warteschlangen können jedoch die Messelaune schnell trüben. Schließlich wollen Sie die Messe nicht nur als Informationsplattform nutzen, sondern sie auch genießen können. Machen Sie sich vorher eine Liste, was Sie alles benötigen und vergessen Sie auf keinen Fall Ihre Visitenkarte oder Ihren Firmenstempel. Denken Sie auch an schicke, aber komfortable Messekleidung, besonders in Sachen Schuhwerk. High Heels sind hier absolut fehl am Platz. Setzen Sie lieber auf ein zweites Paar Schuhe zum Wechseln. Empfehlenswert im Bereich Kleidung ist der „Zwiebel-Look“, also Schichten zum An- und Ausziehen, je nach Bedarf.

### Kontakte knüpfen

Erstellen Sie sich vor dem Messebesuch eine Liste, die Sie, möglichst nach Wichtigkeit bzw. Aussteller sortiert (Messekatalog zur Hilfe nehmen), abarbeiten können. Messekataloge können Sie vor Ort an den Kassen beziehen oder vorab im Ausstellerverzeichnis Ihrer abonnierten Fachmagazine ansehen. Markieren Sie sich die Aussteller, die Sie besuchen möchten und falls Ihr Ansprechpartner auf der Messe präsent ist, vereinbaren Sie mit ihm im Vorfeld einen persönlichen Termin. So können Sie den Partner, falls noch nicht geschehen, persönlich kennen lernen und Ihnen steht garantiert eine feste Zeitspanne zur Verfügung, in der Sie mit ihm zwanglos kommunizieren, sich neue Produkte zeigen lassen und Fragen stellen können. Vielleicht ergibt sich darüber hinaus auch die Möglichkeit, das Team Ihres Geschäftspartners „hautnah“ zu erleben, bei einem Gläschen Sekt, ganz entspannt. Firmen versenden oft auch Vergünstigungen für Messeintritte. Erfragen oder erbitten Sie diese vorab bei Ihrem Lieferanten.

### Weiterbilden

Messe ist nicht nur „Sightseeing“, nicht nur „sehen und gesehen werden“, sondern vor allen Dingen auch informieren und weiterbilden. Dies können Sie im Rahmen von Messenvorträgen umsetzen, die Praxis und Theorie in der Demonstration verbinden, oder Sie buchen einen Workshop gegen Gebühr, der Ihnen die Möglichkeit bietet, das Erlernte gleich praktisch umzusetzen. Denken Sie hier an eine rechtzeitige Voranmeldung, da diese Veranstaltungen immer sehr schnell ausgebucht sind. Neben den Fachveranstaltungen bieten Ihnen Messen aber auch eine prima Möglichkeit, sich mit Fachkollegen auszutauschen. Gerade Kontakte bzw. Empfehlungen in oder aus Fachkreisen haben schon mancher Idee leichter auf den Weg geholfen.

### Demonstrationen am Stand

Immer häufiger bieten Firmen zu bestimmten Uhrzeiten auch Demonstrationen von neuen Techniken, z. B. Massagen, Make-up-Techniken, Behandlungen, Permanent Make-up und ähnliches an ihrem Stand an. Diese sind kostenlos und bieten Ihnen die Möglichkeit, die Technik hautnah zu erleben und ggf. Fragen zu stellen. Hier haben Sie dann im Anschluss die Möglichkeit, die verwendeten Produkte direkt, oft mit Messerabatt, zu ordern. Möglicherweise sind Sie so gleichzeitig auf eine neue, zusätzliche Dienstleistung aufmerksam geworden, die gut in Ihr Programm passt.

### Wichtiges selektieren

Meist werden von den Messebesuchern Broschüren, Messemagazine, Flyer und Folder, aber auch Pröbchen angeboten. Diese Informationen werden in Bergen mit nach Hause genommen, dort irgendwann angelesen oder sie landen gleich im Papierkorb. Sammeln Sie besser nur das, was wirklich für Sie interessant ist und nutzen Sie eine Kaffeepause vor Ort, sich einzulesen, wieder auszusortieren, um später evtl. ganz gezielt am betreffenden Stand zum Produkt bzw. zur Dienstleistung noch Offenes zu hinterfragen. Mitgenommenes sollten Sie daheim im Institut so bald wie möglich nach Priorität sortieren. Aussteller verpacken gerne Ihre Gesamtinformationen in Kennenlerntaschen. Hier ist dann oft auch ein dicker Gesamt-Produktkatalog dabei, der die Taschen schwer und lästig macht. Wählen Sie besser gezielt aus, was Sie wirklich benötigen. Fragen Sie konkret nach Neuheiten und lassen Sie sich diese zeigen. Erfragen Sie die Verarbeitungs- und Kombinationsmöglichkeiten mit anderen bestehenden Produkten, die Sie vielleicht bereits im Sortiment führen und lassen Sie sich Muster mitgeben oder besser noch zusenden.

### Zum ersten Mal

Ihr allererster Messebesuch sollte besonders gut vorbereitet sein. Selektieren und notieren Sie vorab die wichtigsten Firmen, die Sie besuchen wollen und vergleichen Sie sehr genau das Produkt, die Aufmachung, die Positionierung im Markt, Konkurrenzprodukte sowie Preis-Leistungssituation und wählen Sie für sich und Ihre Kunden nach dem Motto „something special“. Ihr neuer Produkthanbieter sollte Ihnen nicht nur assoziieren: „Ich bin auch auf dem Markt vertreten“, sondern: „Ich bin genau der richtige Partner für Sie und stehe voll und ganz zu Ihrer Verfügung“.

### Einkäufe

Fachmessen sind nicht zwangsläufig nur Ordermessen. Sie bieten Ihnen meist auch gute Möglichkeiten, günstig direkt vor Ort einzukaufen. Dies können z. B. Kundenpräsente für Geburtstage, Weihnachten oder Mottotage sein. Ebenso können Sie oft ansprechendes Dekomaterial für Ihre Räum-



*Auf Messen geht es meist hoch her. Trotzdem ist ihr regelmäßiger Besuch unverzichtbar.*

lichkeiten erwerben, oder Sie sichern sich passende Zusatzprodukte für Ihr Sortiment. Hier machen sich „Dinge fürs schmale Portemonnaie“ immer gut, denn Kunden nehmen gerne mal ein kleines Extra mit, neben der Dienstleistung, die Sie bei Ihnen gebucht haben. Wählen Sie Dinge, die gut zum Sortiment passen, aber auch etwas Besonderes sind und somit nur bei Ihnen erhältlich. Sofern Sie diese direkt von der Messe mitnehmen möchten, eignet sich hier wunderbar eine Koffervariante, die Sie neben sich her schieben können. Koffer oder Taschen können Sie auf Messen auch beim Gepäck-Service deponieren, so dass Sie die Hände immer frei haben. Bei Handtaschen oder Rucksäcken empfiehlt es sich, kleinere Varianten zu wählen, die Sie schultern und zur Sicherheit vor Ihrem Körper platzieren können.

Fazit: Nutzen Sie Fachmessen, wann immer und wo immer sie sich Ihnen bieten und nutzen Sie diese optimale Plattform für Ihre Orientierung, Information, Weiterbildung und schließlich für Ihre Order. Der regelmäßige Besuch von Fachmessen ist ein absolutes „Must“.

### Die Autorin

Die Wellnessberaterin, Entspannungstrainerin und Inhaberin von Drehpunkt Fuß, **Ursula Maria Schneider** (IHK zertifiziert), arbeitet eng mit Fußpflegern, Kosmetikern, Podologen und der Industrie zusammen.

