

Stand: November 2019



**BESONDERES RELEVANT WEIL**  
Alle Aussteller nach Messen  
sollen Kontakt erhalten wollen  
...wäre am Ende einer Messe  
sollte über ihre nächsten Schritte...

### SCHLECHT NOTIERT IST HALB VERGESSEN

**MESSKONTAKTE** Mit gekürzten Informationen auf Visitenkarten können Sie nach einer Messe nicht viel anfangen. Wie Sie es besser machen und Ihre Erfolgsquote in folgegeographien deutlich steigern

In der Messezeit sind sich alle einig: Die Messe ist ein wichtiger, wenn nicht der wichtigste, Kontaktpunkt für den Vertrieb. Doch hinterher sind die Kontakte oft weniger wertvoll, als sie zu Beginn der Messe waren. Das liegt daran, dass die Kontakte oft nicht strukturiert sind und die Informationen oft nicht richtig weitergegeben werden. Viele Aussteller sind überrascht, wenn sie nach der Messe keine neuen Kontakte erhalten. Das liegt daran, dass die Kontakte oft nicht strukturiert sind und die Informationen oft nicht richtig weitergegeben werden. Viele Aussteller sind überrascht, wenn sie nach der Messe keine neuen Kontakte erhalten.

**Kunden reagieren genervt, wenn sie nach der Messe alles noch einmal erzählen müssen**

#### Wer ist der Besucher genau?

Zunächst sollten Sie klären, was die Person ist, die Ihren Stand besucht. Sind es wirklich Kunden oder nur Interessenten? Wenn Sie sich über die Person nicht sicher sind, sollten Sie sie nicht ansprechen. Das ist ein wichtiger Punkt, den viele Aussteller vergessen. Sie sollten sich über die Person informieren, bevor sie sie anspricht.

Das Extra zu unserem Artikel „Messe“ (impulse 12/19 + 01/20)

# KONTAKTBOGEN FÜR MESSEAUSSTELLER

Nutzen Sie diesen Messekontaktbogen, um Gespräche mit Besuchern an Ihrem Stand strukturiert festzuhalten. Sie sollten das Formular vor jeder Messe für Ihre speziellen Bedürfnisse anpassen und beispielsweise Ihre Produktneuheiten einfügen. Alle Worte in Kursivschrift sind Beispiele und sollten von Ihnen vorab ersetzt werden. Sprechen Sie den Bogen mit Ihrem Messteam ausführlich durch, sodass jeder den Bogen selbstständig ausfüllen kann.

<b>KONTAKT</b>	<p><b>Name der Messe:</b></p> <p>_____</p> <p>TT.MM.JJ – TT.MM.JJ</p> <p><input type="checkbox"/> Einkauf  <input type="checkbox"/> Planung / Projektierung  <input type="checkbox"/> Service / Instandhaltung  <input type="checkbox"/> Verkauf</p>	<p><b>Firmenrolle</b></p> <p><input type="checkbox"/> Betreiber  <input type="checkbox"/> Planer  <input type="checkbox"/> Anlagenbauer  <input type="checkbox"/> Erstausrüster</p>	<p><b>Visitenkarte</b></p>
	<p><input type="checkbox"/> Gesprächspartner ist kein potenzieller Kunde          (Meinungsbildner, Zulieferer, Wettbewerber, etc.)</p>		
<b>ANALYSE</b>	<p>Sprache:    <input type="checkbox"/> deutsch    <input type="checkbox"/> englisch    <input type="checkbox"/> französisch    <input type="checkbox"/> spanisch</p>		
	<p><b>Situationsanalyse:</b></p> <p>→ Was macht mein potenzieller Kunde genau?          → Welchen Markt bedient er?          → In welcher Abteilung ist er tätig?</p>		
	<p><b>Applikationsanalyse:</b></p> <p>→ Wofür braucht mein potenzieller Kunde meine Produkte?          → Wie sollen sie eingesetzt werden?          → Müssen die Produkte Anforderungen erfüllen (Leistung, Größe, etc.)?</p>		
	<p><b>Potenzialanalyse:</b></p> <p>→ Welches Potenzial hat der Kunde?          → Wie viele meiner Produkte könnte er gebrauchen?          → Stehen größere Investitionen oder Projekte an?</p>		
	<p><b>Persönliche Kauf- und Entscheidungsmotive:</b></p> <p>→ Was ist dem potenziellen Kunden neben dem Preis besonders wichtig?          (Pünktliche Lieferung, präzise Fertigung oder schneller Austausch?)</p>		

<b>PRÄSENTATION / BERATUNG</b>	<b>Beratungsbereiche:</b> <b>Themen</b> Worüber wurde gesprochen? (Produkte, die nicht präsentiert wurden)	<b>Fand eine Beratung statt?</b>	<b>Wurden Prospekte oder Datenblätter ausgegeben?</b>	<b>Wurde eine Folgeaktivität vereinbart?</b>	
	<i>Neue Produkte</i> • Hochdruckpumpe Megamax 3000 • ... <i>Standardprodukte</i> • Klassik-Pumpe 500 • ... <i>Dienstleistung / Service, Ersatzteile</i> • ...	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	<b>Beratungsbereich:</b> <b>Exponate</b> Zu welchen Ausstellungstücken aus welchem Bereich wurde gesprochen?	<b>Beratung?</b>	<b>Prospekte etc.?</b>	<b>Folgeaktivität?</b>	
	<i>Branche A (Chemie)</i> • Exponat xy • ... <i>Branche B (Nahrungsmittel)</i> • Exponat xy • ... <i>Dienstleistung / Service, Ersatzteile</i> • ...	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	Übergreifende Unterlagen: <input type="checkbox"/> Preisliste <input type="checkbox"/> Produktprogramm <input type="checkbox"/> Infos zur Messeneuheit <input type="checkbox"/> ...				
	<b>FOLGEVEREINBARUNG</b>	<b>Wichtig:</b> Handlungsimpuls für Folgeaktivitäten: Was ist nach der Messe als nächstes zu tun? („Besucher würde gern Pumpe von 20 KW testen. Bitte schnellstens Kontakt in KW xy aufnehmen für Besuchstermin!“)			
<b>Vereinbarte Folgeaktivitäten:</b> <input type="checkbox"/> Besuchstermin am: _____ <input type="checkbox"/> Telefontermin am: _____ <input type="checkbox"/> Produktprogramm zuschicken <input type="checkbox"/> Infos zur Messeneuheit					
<b>Messtag bitte ankreuzen</b>					
Mo.		Di.	Mi.	Do.	Fr.

---

## IMPULSE MEDIEN

### Herausgeber und geschäftsführender

**Gesellschafter:** Dr. Nikolaus Förster

**Assistenz:** Carina Ecksmann, Delia Weidmüller

---

## MAGAZIN UND DIGITAL

**Chefredaktion:** Antonia Götsch,  
Jonas Hetzer (Stv.)

**Leitung:** Nicole Basel (Digitalchefin), Andreas Kurz (Textchef), Kathrin Sander (Art Director), Angelika Unger (Online-CvD), Eva Weikert (CvD)

**Redaktion:** Jelena Altmann, Myriam Apke, Verena Bast, Lisa Büntemeyer, Heike Burmeister, Julia Müller, Peter Neitzsch, Gesche Peters, Olivia Samnick, Catalina Schröder, Vanessa Thie, Anna Wilke

**Akademie:** Laura Blindow (Geschäftsleitung), Antonia Götsch (Programmleitung), Jana Binias, Elisabeth Dauer, Felina Kersting

### Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Antonia Götsch

---

## VERLAG

**Verlagsleitung:** Laura Blindow,  
Broder Buch-Winckel (Stv.)

**Team:** Tobias Auböck, Shanna Braun, Katrin Das, Adrian Hardt, Ina Hemeyer, Monira Mansour (Marketingleitung), Maïke Mattauch, Niklas Treugut, Veronica Thüsing, Magdalena Rasmussen

**Kundenbetreuung:** Andrea Braunger, Natalie Gersch, Adjovi Simon, Katharina Slupina

**Anzeigen und Kooperationen:** anzeigen@impulse.de

Merle Aguilar (Sales Manager),  
Tel. 040/609 452-254, aguilar.merle@impulse.de  
Cathleen Kliche (Campaign and Ad Manager),  
040/609 452-224, kliche.cathleen@impulse.de,

**Lifestyle-Anzeigen:** Wencke von der Heydt,  
Inspiring Network GmbH & Co. KG, Hoheluftchaussee 95,  
20253 Hamburg, wvd.heydt@inspiring-network.com. 040/6002887-41

**Online-Vermarktung:** Business Advertising GmbH, Tersteegenstr. 30,  
40474 Düsseldorf, Thorsten Dütsch (Sales Director),  
0211/179347-40, duetsch@businessad.de; Gerd Bielenberg (Marketing  
Director), 0211/179347-45, bielenberg@businessad.de

---

## IMPULSE-NETZWERK

### Abos (= Mitgliedschaft im impulse-Netzwerk):

In Deutschland für 249€ im Jahr, monatlich ohne Frist kündbar  
(10 Hefte frei Haus samt Digitalausgaben und Archivzugang).  
Probe-Abo (3 Ausgaben) für 49,80 €. Im Juli/Aug. und Dez./Jan.  
erscheinen jeweils Doppelausgaben (**impulse.de/abo**).

Für impulse-Mitglieder gelten vergünstigte Preise bei Firmenbesuchen  
(siehe **impulse.de/netzwerktreffen**), Seminaren, Konferenzen und  
Reisen der impulse-Akademie (**impulse.de/akademie**). In Ihrem persön-  
lichen Login-Bereich haben Sie exklusiven Zugriff auf weiterführende  
Tipps und Recherchen sowie auf Audio-Angebote aus den aktuelle  
Heften.

**impulse-Abo im Ausland:** In Österreich 259€,  
in der Schweiz 279€. Weitere Infos auf Anfrage.  
Bestellen: **impulse.de/shop**

## Melden Sie sich!

### Wir freuen uns auf Ihre Zuschriften und Anrufe:

Impulse Medien GmbH  
Kundenbetreuung  
Hammerbrookstr. 93  
20097 Hamburg

Telefon: **040/609 4522-77**

Fax: **040/609 4522-99**

**kundenbetreuung@impulse.de**



Gern können Sie auch  
Leserbriefe schicken:  
**feedback@impulse.de**  
Fax: **040/609 4522-99**

## So finden Sie uns im Internet

-  [impulse.de](http://impulse.de)  
[impulse.de/ueber-uns](http://impulse.de/ueber-uns)
-  [impulse.de/shop](http://impulse.de/shop)
-  [impulse.de/akademie](http://impulse.de/akademie)
-  [gesetzeslotse.de](http://gesetzeslotse.de)
-  [kreative-zerstorerer.de](http://kreative-zerstorerer.de)
-  [facebook.com/impulse](https://facebook.com/impulse)
-  [instagram.com/impulse.medien](https://instagram.com/impulse.medien)
-  [twitter.com/impulse\\_inside](https://twitter.com/impulse_inside)
-  [impulse.de/youtube](http://impulse.de/youtube)
-  [impulse.de/xing](http://impulse.de/xing)
-  [impulse.de/linkedin](http://impulse.de/linkedin)
-  [impulse.de/browserapp](http://impulse.de/browserapp)

