

Wie Sie Kunden auf Messen begeistern  
und zu treuen Stammkunden machen

## Top-Kundenbetreuung auf Messen

### Qualifizierte Kontaktpflege mit Stammkunden

Erfolgsleitlinien für den Standmitarbeiter  
um beim Kunden positiv zu wirken

### Der Top-Kunden-Messe-Aktionsplan

Stammkunden mit originellen Serviceleistungen  
auf der Messe verblüffen

### Ausbau der Umsätze mit Stammkunden

Umfang zusätzlicher Bedarfspotenziale bei  
Stammkunden ermitteln

### Kunden auf Messen überzeugen

Die richtige Messebetreuung mit  
„schwierigen Top-Kunden“

### Vorbereitung auf Stammkundengespräche

Kundenindividuelle Angebotsleistungen  
formulieren

### Professioneller Umgang mit Beschwerden

Die Kundenbeschwerde als Kaufsignal



Frankfurt am Main/Messe Gelände:

06. und 07. August 2008

20. und 21. November 2008

## Stammkunden sind Ihr kostbarstes Kapital.

Langfristige Kundenbeziehungen sind wirtschaftlicher, da die Kosten für Werbung und Informationsbeschaffung im Verlauf einer Geschäftsbeziehung sinken. Zufriedene Kunden kommen immer wieder gerne zu Ihnen und zeigen eine geringere Preissensibilität.

## Gerade auf Messen sollten Sie Ihre Top-Kunden deshalb entsprechend individuell betreuen.

Doch der langfristige Erfolg einer Partnerschaft hängt nicht immer von der Fachkompetenz ab. Die Art der Begegnung, der professionelle Auftritt und Umgang – auch in heiklen Situationen - sind entscheidend. Der beziehungsorientierte Umgang mit dem Stammkunden entscheidet darüber, wie Sie von ihm wahrgenommen werden und prägt letztendlich die Qualität der Zusammenarbeit.

## Stammkunden begeistern und binden!

Gespräche auf Messen sollten stets positiv und dialogfördernd verlaufen. Sie müssen so geführt werden, dass Sie im Anschluss wissen,

- wie Ihr Kunde Ihre Leistung wahrnimmt.
- welche Leistungen Ihres Unternehmens für ihn besonders wichtig sind.
- wie seine Wiederkaufsabsichten sind.
- wo sein Entwicklungspotenzial liegt.

Eine langfristige Kundenbindung ist ohne diese Informationen nicht möglich.

Trainieren Sie in diesem Seminar Methoden, wie Sie zu Ihrem Stammkunden „durchdringen“ und ihn zu einem „echten Fan“ machen. Alle Phasen und Situationen eines aktiven Messegesprächs werden detailliert erörtert, um entsprechende Gesprächshilfen für die spätere Umsetzung im Messealltag zu erhalten.

### Ihr Nutzen aus diesem Seminar

- Sie perfektionieren den Kontakt zu Ihren Key Accounts und lernen, mit „schwierigen Kunden“ umzugehen.
- Sie üben, Ihre Gesprächsführung individuell auf den Besucher abzustimmen.
- Sie trainieren, mit Ihren Stammkunden verkaufsfördernde Dialoge zu führen
- Sie lernen, wie Sie die Beziehungsqualität zu Ihren Top-Kunden auf Messen nachhaltig steigern.
- Sie erfahren, wie Sie Messe-Kunden mit originellen Leistungen verblüffen.
- Sie lernen, wie Sie auf der Messe mit berechtigten Beschwerden umgehen.

## Ihr Experte



### Rolf Bielinski

Dipl.-Kfm., ist Verkaufs- und Managementtrainer und Partner des Martin Limbeck Trainings® Teams. Er trainiert und coacht Fach- und Führungskräfte im Bereich Rhetorik, Verkauf und Motivation. Weitere Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind Telefon-, Messe- und Verhaltens-

trainings. Bei Rolf Bielinski profitieren Sie von seiner 10-jährigen Berufspraxis als Verkäufer und Manager in der Dienstleistungs- und Investitionsgüterindustrie. Besonders seine fundierten Praxiserfahrungen beim Auf- und Ausbau von Verkaufsstrukturen sowie der konzeptionellen Durchführung von Messen werden von seinen Kunden sehr geschätzt.

Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften begann er seine Karriere als Verkäufer für IT-Dienstleistungen bei IBM global Services. Anschließend war er Sales Manager bei KMU für technische Produkte. Rolf Bielinski ist Mitglied der Berufsvereinigung der Dozenten für Rhetorik, der Sprecherzieher und Sprechtherapeuten. Heute vermittelt er seine Erfahrung beim Martin Limbeck Trainings® Team.

## Wer sollte teilnehmen?

Das Seminar richtet sich an Messe-Manager/-innen, Projektleiter/-innen Messe, Stand-Manager/-innen und -Mitarbeiter/-innen, Verkaufsleiter/-innen und Verkäufer/-innen im Außen- und Innendienst, Key Account Manager/-innen, Top- und Profi-Verkäufer/-innen, Geschäfts- und Marketingleiter/-innen und an alle, die eine neue Messe-Verkaufs-Power erzielen und Stammkunden noch besser betreuen wollen.

|                         | 1. Seminartag       | 2. Seminartag       |
|-------------------------|---------------------|---------------------|
| Seminarbeginn           | 10.00 Uhr           | 9.00 Uhr            |
| Kaffee- und Teepause    | 11.30 bis 12.00 Uhr | 10.30 bis 11.00 Uhr |
| Gemeinsames Mittagessen | 13.30 bis 14.30 Uhr | 12.30 bis 13.30 Uhr |
| Kaffee- und Teepause    | 16.00 bis 16.30 Uhr | 15.00 bis 15.30 Uhr |
| Seminarende             | ca. 18.00 Uhr       | ca. 17.00 Uhr       |

## Seminarzeiten

## 1. Seminartag

**Nutzen Sie die Messe, um Ihre Stammkunden zu „echten Fans“ zu machen.**

### Messestrategien

- Welche Strategie für welche Kundengruppen
- Wer steht im Fokus auf der Messe: Bestandskunden oder Neukunden?
- Aufbau der Beziehung zu Neukunden
- Ausbau der Beziehung zu Bestandskunden

### Qualifizierte Kontaktpflege mit Stammkunden

- Zielgerichtete und kundenindividuelle Kommunikation auf der Messe
- Mehr bieten als Kunden erwarten – das macht den Kunden zum „Fan“
- Von Kundenbindung zur Kundenbegeisterung
- Erfolgsleitlinien für den Messemitarbeiter um beim Kunden positiv zu wirken

### Vorbereitung auf Stammkundengespräche

- Wie bereite ich mich auf Kundengespräche auf Messen vor?
- Kundenindividuelle Angebotsleistungen
- Die richtige Messebetreuung mit „schwierigen Top-Kunden“
- Psychologische Aspekte für das Messegespräch
- Abgestimmte Argumentationsstrategien für den Messeauftritt

### Stammkunden mit originellen Serviceleistungen auf der Messe verblüffen

- Welche Erwartungshaltung hat Ihr Kunde bei seinem Besuch auf Ihrem Messe-Stand?
- Die Vergiss-mich-nicht-so-bleibt-man-in-der-Erinnerung-Strategie
- Mit der richtigen Strategie Neugier wecken beim Kunden
- Weshalb beim Kunden die individuelle Idee mehr zählt als das Werbegeschenke

### Produktpräsentationen: das perfekt inszenierte Gesamterlebnis

- Faktoren für eine messetypischen Überzeugungssituation
- Der elegante Weg von der Produktpräsentation zur Kundennutzenargumentation
- Wie setzen Sie Zahlen, Daten und Fakten ins rechte Licht?
- Prospekte als Beweismittel und deren richtige Handhabung

## 2. Seminartag

**So generieren Sie auf Messen mit Ihren Top-Kunden weitere Aufträge!**

### Preisgespräche auf Messen souverän führen

- Das richtige Umgang mit Messerabatten
- Wie verkaufen Sie den eigenen Preis souverän?
- Welche kritischen Situationen entstehen bei Preisverhandlungen auf der Messe?
- Wie kommunizieren Sie Preiserhöhungen auf der Messe richtig?

### Einwandtechniken in Messegesprächen einsetzen

- Der souveräne Umgang mit Standarteinwänden auf der Messe
- Welche kritischen Situationen im Verkaufsgespräch gibt es auf der Messe?
- Welche unausgesprochenen Bedenken kann Ihr Kunde auf der Messe haben?
- Wie korrigieren Sie Bestandskunden, wenn deren Argumentation fehlerhaft sind?

### Abschluss – Verkaufen heiß verkaufen auf der Messe

- Sinnvolle Abschlusstechniken für das Messeverkaufsgespräch
- Typische Kaufsignale auf der Messe und wie Sie diese nutzen
- Wie kommt Sie mit den richtigen Fragen zum Abschluss
- Was kommt nach dem Messeabschluss?

### Der richtige Umgang mit Kundenbeschwerden auf der Messen

- Die Reklamation als Kaufsignal
- Umgang mit Beschwerden, die durch fehlerhafte Logistikleistungen entstanden sind
- Todsünden im Umgang mit Messebeschwerden

### Nachbereitung von Messegesprächen

- Vereinbarung verbindlicher Gesprächsziele
- Dokumentation der Gesprächsergebnisse
- Prompte Erledigung der Gesprächszusagen

### Top-Kunden auf Messen richtig bewirten

- Gestaltung von Rahmenprogrammen
- Messe-Kunden mit originellen Leistungen verblüffen
- Tipps zum Guest-Management

## Der Veranstalter

Die Akademie Messe Frankfurt steht für hochwertige Seminare, Lehrgänge und Workshops rund um das Thema Messen und Events. Messe- und praxiserfahrene Referenten garantieren einen nachhaltigen Lernerfolg und direkt umsetzbare Kenntnisse.

## akademie

Akademie Messe Frankfurt  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main  
www.akademie.messefrankfurt.com

## Die Konditionen

Die Seminargebühr für diese zweitägige Veranstaltung beträgt 890,- € zzgl. 19 % MwSt.

In der Seminargebühr sind folgende Leistungen enthalten:

- Umfangreiche Teilnehmer-Unterlagen
- Verpflegung an den beiden Seminartagen (2 Kaffee-Pausen, Soft-Drinks, Lunch-Buffer)
- ServicePlus: Für den Zeitraum eines Jahres nach Seminarbesuch stehen wir Ihnen bei Fragen über unsere E-Mail-Hotline zur Verfügung.

## Ihre Anmeldung

Bitte melden Sie sich schriftlich mit dem Anmeldebogen per Fax oder E-Mail an. Diese Buchung ist verbindlich. Sie erhalten eine Anmeldebestätigung. Sollten keine Plätze mehr frei sein, informieren wir Sie umgehend. Im Übrigen gelten unsere AGB. Diese finden Sie auf unserer Website [www.akademie.messefrankfurt.com](http://www.akademie.messefrankfurt.com). Auf Wunsch senden wir sie Ihnen gerne zu. Gerichtsstand ist Frankfurt am Main.

## Rücktritt

Bei einer schriftlichen Stornierung der Anmeldung bis zu drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 50,-. Danach, bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers, berechnen wir die gesamte Seminargebühr. Selbstverständlich ist eine Vertretung des Teilnehmers möglich.

## Ihre Ansprechpartnerin



Haben Sie noch Fragen zu dieser Veranstaltung? Ich helfe Ihnen gerne weiter. Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail:

Petra Schméing  
Tel. 0 69 75 75-67 00  
[petra.schmeing@messefrankfurt.com](mailto:petra.schmeing@messefrankfurt.com)

## Fax-Antwort an 069-75 75-57 27

An dem zweitägigen Seminar „Planung und Durchführung von Auslandsmessebeteiligungen“

- am 06. und 07. August 2008  
 am 20. und 21. November 2008

nehme/n ich/wir teil.

■ Name/Vorname

Position/Abteilung

■ Name/Vorname

Position/Abteilung

Firmenname

Straße/Postfach

Postleitzahl/Ort

Telefon

Fax\*

E-Mail\*

Datum/Unterschrift

Mitarbeiter

bis 100

100–200

200–500

500–1.000

Leitmesse

- Ich interessiere mich für Inhouse-Schulungen.  
Bitte rufen Sie mich an.

\*) Mit Nennung meiner E-Mailadresse und Fax-Nummer erkläre ich mich einverstanden, über diese Medien Informationen der Akademie Messe Frankfurt zu erhalten.

## Wo dieses Seminar stattfindet

Frankfurt am Main, Veranstaltungsort: Messegelände

Hotelnachweise sowie einen Routenplaner für die Veranstaltung in Frankfurt am Main finden Sie unter <http://www.messefrankfurt.com/corporate/de/reisecenter.html>.