

Beursstrategie: inzetten van stop-contact

Een van de manieren om je bedrijf in the picture te krijgen is deelname aan een vak- of businessbeurs. Dat kost tijd, geld en voorbereiding. Vaak loopt het uit op een teleurstelling. Hoe zorg je dat de beurs wel rendement oplevert? Viktor Lutikholt van Stop-contact.com: 'Het belangrijkste is gerichte interactie met bezoekers.'



Viktor Lutikholt genomineerd voor 'ondernemer van het jaar 2010' bij www.uoa.nu

“Deelnemen aan een beurs is sport. Je wil winnen!”

Op beurzen zie je dat bedrijven moeite hebben interactie tot stand te brengen. Lutikholt: 'Hoe herken je potentiële klanten en hoe maak je ze enthousiast? Dat is precies waar ik goed in ben. Toen ik zelf op beurzen stond, was mijn stand altijd vol.' Ruim een jaar geleden richtte Viktor Lutikholt vanuit Rosmalen zijn bedrijf Stop-contact.com op. Zijn talent als contactmaker is niet het enige waarop de zaak drijft. Hij is van huis uit bewegingswetenschapper en werkte bij verschillende bedrijven waar hij verantwoordelijk was voor Marketing & Sales. Daarnaast is hij een gedreven sporter. 'Ik zie deelname aan een beurs ook als sport. Je wil iets bereiken, je wil winnen. Daarvoor heb ik een strategie bedacht.'

De Stop-contact strategie

Kernpunt van die strategie is de inzet van een stop-contact. Tot nu toe speelt Lutikholt zelf deze rol. 'Op de kop van de stand spreek ik bezoekers aan, ik weet hen te triggeren en de vraag naar boven te halen waar ze misschien onbewust mee zitten. Binnen een minuut heb ik ze zover dat ze zeggen: wow, als je me daarmee kunt helpen... Met een smile komen ze de stand binnen, benieuwd naar de oplossing die mijn opdrachtgever biedt.'

Wie met Stop-contact.com in zee gaat, begint met een vrijblijvend

intake-gesprek. Meestal blijkt al snel dat samenwerking gaat lonen. Viktor: 'Ik kijk met de frisse blik van een buitenstaander naar het bedrijf. Samen maken we een plan voor deelname aan de vakbeurs, met een duidelijk doel, een heldere communicatieve boodschap en een goede follow up. Als er al een beurs-traject klaarligt, voeg ik mijn input daaraan toe en maak communicatieve triggers. Liefst houd ik vooraf een workshop met het hele standteam, zodat iedereen betrokken is en de taken helder zijn. Deelname aan een vakbeurs is teamwork. Het is een vak op zich.'

Bewijsmateriaal

Viktor Lutikholt is ook inzetbaar om op bedrijfsevents de interactie tussen mensen op gang te brengen. Op www.stop-contact.com is onder 'bewijsmateriaal' te zien hoe zijn inzet leidt tot een veelvoud aan bruikbare leads.



stopcontact.com