

Succes is een keuze

Het verschil maken op de vakbeurs

Wat maakt u succesvol op een vakbeurs? Hoe krijgt u een goede klantenstroom op gang? Door alleen uw geweldige diensten of uw betrouwbare producten te tonen in een prachtige stand wint u uiteindelijk niet de gewenste resultaten. Door een afwachtende houding van standmedewerkers lopen vele potentiële leads voorbij uw stand. Heel veel energie kan hierdoor verloren gaan. Door juist met een gerichte boodschap of trigger, lef en flair heel gericht het eerste contact te leggen met uw potentiële klanten kunt u bezoekers ‘raken met lading’. Zij moeten het gevoel krijgen: ‘Wow, als u me dààrmee kunt helpen’.

Stop-contact weet als geen ander voor u dat contact te leggen en weet bezoekers binnen één minuut met goede mondelinge triggers binnen te brengen in uw stand. Op deze manier zorgt Stop-contact voor een stroom van bruikbare leads. Dat maakt echt het verschil.

Hoe maakt u met Stop-contact het verschil?

Een goede voorbereiding

Natuurlijk, in uw voorbereiding stelt u vast welke doelen u op de vakbeurs wilt bereiken. U zet de follow-up centraal en maakt hiervoor een strategisch plan. Volgens welke systematiek kunt u in de follow-up uw leads over een lange periode meerwaarde blijven bieden? Op zo’n manier dat ze dit graag van u ontvangen? Om dit alles aantrekkelijk te maken bedenkt voor de beurs een thema, een standconcept en u weet welke boodschap u wilt uitdragen. Vervolgens neemt u met uw standteam door op welke manier u aan de slag gaat. Of verloopt dat bij u toch niet helemaal zo?

In de praktijk blijken standmedewerkers nog vaak onvoldoende voorbereid te zijn op de meest belangrijke vaardigheid: ‘het eerste contact maken’. Zij hebben geen pakkende communicatieve triggers voorhanden. Op de beurs staan voelt als onwennig, in een vreemde omgeving, in een stand met collega’s die elkaar nauwlettend kunnen volgen. Zonder duidelijke communicatieve aanpak wordt het contact maken alleen maar moeilijker en dat

stop-contact.com “Raakt met lading”

Door drs. Viktor Lutikholt, Ringdijk 13B, 1097 AA Amsterdam viktor@stop-contact.com
Tel Z; 020 772 8008; M; 06 33082505; KvK; 17241140, Triodos Bankrekening 390378496
BTW;NL1309.16.080.B.01

maakt de weerzin om mensen aan te spreken alleen maar groter.

Stop-contact brengt daar verandering in en denkt het liefst vanaf de voorbereiding actief met u mee. Wat wilt u bereiken op de vakbeurs? En vier maanden na de beurs? Doet u mee 'om mee te doen' of wilt u ook echt winnen? Wil je winnen op ene vakbeurs dan moet je er echt voor gaan; "Succes is een keuze". Stop-contact heeft een moderne mindset en beursstrategie ontwikkeld en geeft creatieve invullingen aan standconcepten. Indien u voor een beurs het concept al vrijwel klaar heeft dan nog kan Stop-contact.com met een kleine slimme aanpassing uw zelf ontworpen concept of strategie een groot verschil maken. In een voorbereidend gesprek met Stop-contact komt u er al snel achter hoe u als bedrijf kunt 'staan voor waar u staat'. Bij de uitvoering op de stand hoort een weloverwogen en vooropgezet communicatieplan dat zich richt op de follow-up. Om dat met volle energie en kennis van taken en zaken worden standmedewerkers, eventueel in een workshop, betrokken bij de laatste invulling van het concept en de communicatieve opzet. Een pakkende openingszin is belangrijk en medewerkers weten nu de boodschap die u als bedrijf wilt uitdragen met kracht en flair om te zetten in direct inhoudelijk contact met de juiste bezoekers op de beurs. Die bezoekers krijgen ze namelijk door Stop-contact in de stand aangeleverd. De standmedewerkers kunnen zo direct worden ingezet op hun eigen competenties.

Op de vakbeurs zelf

De vakbeurs vraagt hele specifieke vaardigheden van uw standmedewerkers. De verschillende standmedewerkers doen op de beurs niet hun dagelijkse werk. Het is dan ook niet vreemd dat ze vaak niet goed weten hoe te handelen. Vreemde mensen, vreemde onduidelijke blikken, collega's en managers die u in woord en daad volgen, concurrentie die op de hoe staat te kijken Mensen aanspreken en direct contact maken is voor vele vaak heel lastig. Daarom durven ze het vaak niet met overtuiging te brengen. Ze spreken passanten maar liever niet aan, of laten zelfs na een vriendelijke groet potentiële klanten alsnog voorbij lopen. Bang voor nog meer blauwtjes gaan ze praten met collega's of druk bellen. In het ergste geval duiken standhouders weg achter hun laptop of krant. Bovendien: als je al met iemand in gesprek bent, hoe weet je dan of een gesprekspartner een bruikbare lead is? Of hoe kom je af van een bezoeker waarmee je duidelijk geen match hebt? Dit alles is waarschijnlijk heel herkenbaar als u wel eens op een vakbeurs bent geweest.

Als u **Stop-contact** inschakelt komt die klantenstroom heel anders op gang. Stop-contact kijkt in de voorbereiding als 'buitenstaander' met andere ogen naar de meerwaarde van uw

stop-contact.com "Raakt met lading"

Door drs. Viktor Luttkholt, Ringdijk 13B, 1097 AA Amsterdam viktor@stop-contact.com
Tel Z; 020 772 8008; M; 06 33082505; KvK; 17241140, Triodos Bankrekening 390378496
BTW;NL1309.16.080.B.01

diensten of producten en weet deze meerwaarde effectief om te zetten in een pakkend standconcept. Met een duidelijk thema en een gerichte boodschap weet Stop-contact direct contact te maken met bezoekers op het gangpad. We weten namelijk waar we naar toe werken en in welke stappen we voorbijgangers kunnen binnenbrengen. Een stop-contact op de kop van de stand kan voor uw team de juiste bezoekers selecteren. De praktijk laat zien dat er zo een veelvoud aan bruikbare leads uw stand binnen. Wat is u dat waard?

Hoe gaat dat precies in zijn werk? Stop-contact.com geeft met de afdeling marketing een workshop aan alle betrokkenen. Zo brengt hij als buitenstaander een nieuwe mindset, een nieuwe slimme strategie met daaraan gerelateerde acties over op het hele standteam. Na de workshop kent ieder teamlid de algemene beursdoelen, de acties waar we ons gaan richten op de follow-up, de individuele taken en verantwoordelijkheden. Als stop-contact werk ik zelf ook fysiek met uw standteam mee tijdens de beurs. Op de kop van de stand lever ik 'stopkracht' door bezoekers met flair en met een gerichte boodschap of vraag aan te spreken. Zo ontstaat er gericht contact en worden bruikbare leads voor u gewonnen. Ik trigger, verleid en breng een glimlach en een verlangen bij hen naar boven. De juiste bezoekers maak ik enthousiast door hen de meerwaarde van uw product of dienst te laten inzien. Dan komen ze vanzelf verder in de stand en vervolgens koppel ik hen aan een van uw standmedewerkers. Zij krijgen de leads dus 'panklaar' aangeleverd. Heel verleidelijk toch? Is de bezoeker eenmaal gekoppeld aan een teamlid dan weet zij wat het inhoudelijk te doen staat. Aan de hand van het standconcept, de bezoekersbehoefte geeft de standmedewerker heel gemakkelijk gedetailleerd antwoord op de vraag die het stop-contact boven heeft gebracht. En dit alles binnen hun eigen expertise-gebied. Zo doet ieder waar hij echt goed in is. De teamspirit neemt zienderogen toe. Stop-contact 'raakt met lading' en weet bezoekers binnen te brengen. Uw standmedewerkers zijn de specialisten die het afmaken. Als dat geen verschil maakt!

Wat levert het u op?

Op de vakbeurs staan is geen dagje uit en de leads stromen niet vanzelf uw stand binnen. Scoren op de beurs is iets heel anders dan wat uw standmedewerkers in hun dagelijkse routine moeten doen. Om tegenwoordig succesvol te zijn op een vakbeurs zul je je mindset moeten richten op succes. Zo wordt succes een bewuste keuze.

De ervaring leert dat werken met de strategie en het pakkende concept van **Stop-contact** kan leiden tot wel vier- of zesmaal zoveel bruikbare klanten. Op de website www.stop-contact.com vindt u vele voorbeelden van deze succesvolle aanpak. Wie Stop-contact

stop-contact.com "Raakt met lading"

Door drs. Viktor Luttkholt, Ringdijk 13B, 1097 AA Amsterdam viktor@stop-contact.com
Tel Z; 020 772 8008; M; 06 33082505; KvK; 17241140, Triodos Bankrekening 390378496
BTW;NL1309.16.080.B.01

inschakelt ontwikkelt een standconcept dat gaat werken als een echte conversiemachine. Dat levert heel veel bruikbare leads op en geeft u een hoge *return on investment*, een hoge teamspirit en een groot communicatief leereffect. Dit alles in teamverband, hands-on en on the job.

En daarna?

Natuurlijk wilt u na die drukke beurs het liefst op uw lauweren gaan rusten of denken: 'dat hebben we weer gehad'. Paniek slaat toe want u heeft wel 40 leads verkregen waar u toch wel iets mee moet. Uw agenda staat al weer vol gepland met de normale dingen van de dag. U doet nog een snelle beursevaluatie en vindt dat het wel goed is verlopen. Snel door met de dingen die er nu echt toe doen. Van die 40 leads worden dan de grootste vissen uit de kaartenbak gehaald en nagebeld. Van die 9 leads krijgt u 7 afspraken. Na het bezoeken maakt u van die 40 leads 4 nieuwe klanten. Heel mooi toch?

Nee zou ik zeggen, niet echt. Wat doet u met die andere 36 leads? Waarom niet 400 leads met een follow-up die uitgevoerd wordt vanuit een vooraf bepaalde systematiek. Dat kan geheel geautomatiseerd. Met creatieve input kun je zo je leads over een periode van een half jaar blijven verwarmen met meerwaarde. Daar moet je voor kiezen. Je mindset moet om anders blijf je in je oude patronen handelen. Een doodzonde voor uw rendement en voor energie die zomaar wegvloeit.

Bij een goede beursstrategie hoort dus een geplande follow-up met acties die passen in uw marketingplan. **Stop-contact** voert altijd een evaluatie uit, maar voorafgaand aan de beurs is al in grote lijn bepaald hoe de follow-up volgens een FEBE systematiek verder wordt uitgewerkt. Daarbij staat het laten groeien van het aantal verkregen leads ook weer centraal. Dit aantal kan gemakkelijk worden verhoogd door je niet alleen te richten op de verkregen leads maar ook op 'het netwerk achter dit nieuwe netwerk'. Uw marketingboodschap kunt u met verschillende instrumenten ook weer op hen richten. Bijvoorbeeld door de verkregen leads een paar weken na de vakbeurs een uitnodiging te sturen voor een gratis workshop, waarbij ze elk vier andere mensen mogen meenemen. Ook in de follow-up valt dus nog meer te winnen en een verschil te maken!

En nu? Kom verder en maak contact

In 2011 neemt netwerken een zeer belangrijke plek in voor het bedrijfsleven. Vakbeurzen blijven ondanks hun relatief hoge kosten en voorbereidingstijd dan ook erg in trek. Wel neemt de vraag enorm toe om effectiever te netwerken en meer rendement te halen uit

stop-contact.com "Raakt met lading"

Door drs. Viktor Lutikholt, Ringdijk 13B, 1097 AA Amsterdam viktor@stop-contact.com
Tel Z; 020 772 8008; M; 06 33082505; KvK; 17241140, Triodos Bankrekening 390378496
BTW;NL1309.16.080.B.01

beurzen. Men zal zich hier scherper moeten onderscheiden en zich dus moeten richten op een andere aanpak. Bij deelname aan vakbeurzen zullen bedrijven voor het bedenken van nieuwe strategische concepten vragen om meer creatieve input. Ook zal sales met meer authenticiteit moeten worden uitgevoerd. Daarvoor zul je eerst zelf je mindset moeten veranderen. Sta open voor nieuwe mogelijkheden en de ontwikkelingen die u zelf ook kunt inzetten. Een externe partij die vakbeurzen op een professionele manier benaderd kan u die mindset heel goed geven, heel verfrissend af en toe. Deze tijd vraagt een andere aanpak en daarom zijn vele bedrijven gebaat bij een winnende voorzet! De deuren van de vakbeurzen staan voor vele bedrijven open en wellicht neemt u ook weer deel met een stand. De stille periodes bieden ruimte voor bezinning op een nieuwe strategie voor de werving van nieuwe klanten. Kies ervoor om u eens te verdiepen in nieuwe mogelijkheden. Laat u informeren en laat de volgende vakbeurzen dan maar komen.

Zullen we eens samen onderzoeken hoe we samen dat verschil kunnen maken tijdens uw komende beurs? U kunt altijd bellen naar Stop-contact.com voor een vrijblijvende kennismaking of brainstorm. Op mijn website vindt u onder 'Bewijsmateriaal' meer informatie over de resultaten van sprekende concepten. Die krachtstroom voor het verkrijgen van klantenstroom komt vanuit Stop-contact.com. Het levert stopkracht op het gangpad en daar is het allemaal om te doen. Ik zie uw reactie graag tegemoet. Kom verder!

www.stop-contact.com

drs Viktor Lutikholt,

Contactmaker

Meer over contactmaken, mindset, conversie, klantenstroom, strategie, 9 stappenplan, FEBE strategie, aandacht geven, bezoekersbehoefte, efficiency op de vakbeurs leest u in de andere artikelen over Stop-contact.com.