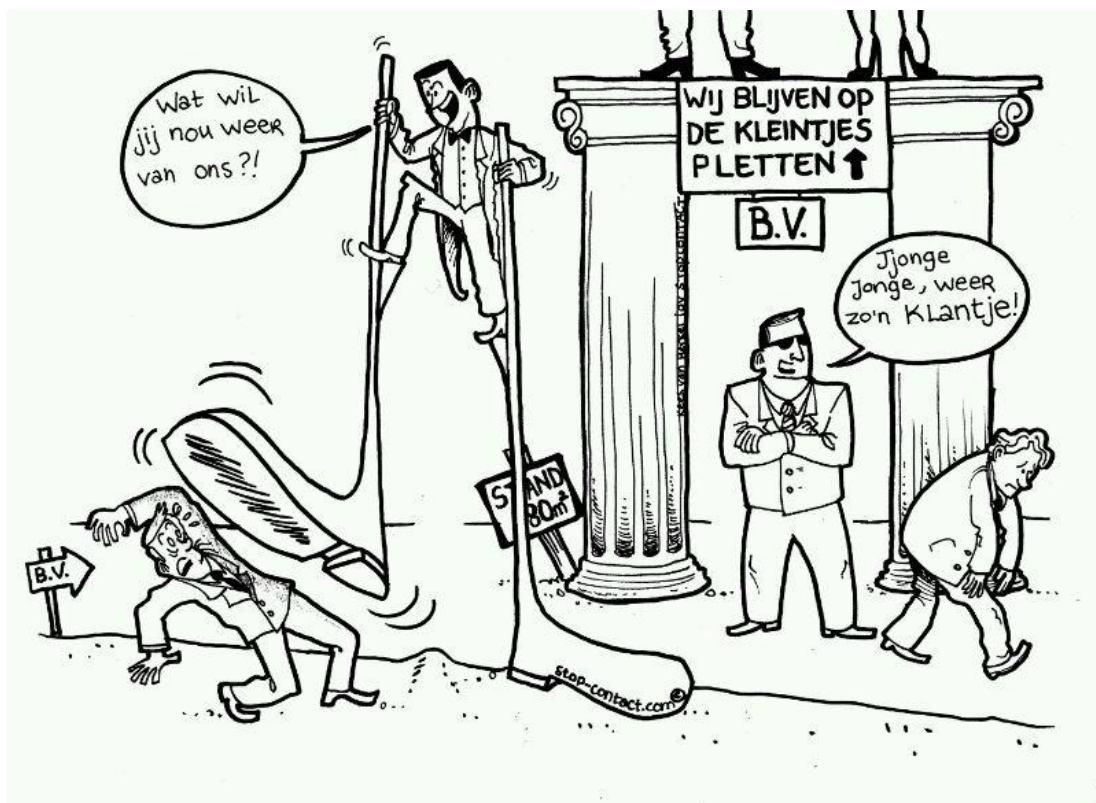


“Ho Ho Ho ‘s even..... Wilt u wel eens even goed naar me luisteren, want mijn bedrijf is heel belangrijk”!

Is dat de openingszin die u straks gebruikt om passanten op het gangpad te laten stoppen? Of vraagt u zoals vele anderen: “En wat brengt u op de beurs”?

Het valt voor vele standteams niet mee om op een aantrekkelijke manier wildvreemde passanten aan te spreken, te selecteren en enthousiast te maken voor hun dienst of bedrijf. Hoe levert u straks stopkracht? Hoe laat u uw passanten kwispelen tijdens uw volgende beursdeelname? Juist daar is de openingszin voor het echte eerste contact van groot belang. Met een aantrekkelijke stopper maakt u mensen nieuwsgierig en daarmee kunt u zich op deze beurs echt onderscheiden van de andere deelnemers. Welke triggers heeft u al klaarliggen? Hoe ~raakt u passanten met lading’?

U zit momenteel wellicht midden in de voorbereiding en bent zeer druk in de weer met flyers, spandoeken, standpresentaties, fotomateriaal, PowerPoint etcetera. De hele voorbereiding staat wellicht in het teken voor uw perfecte standperformance. In de vorm van **vijf handige tips**, opgevulld met een paar net zo handige **Tips on Strips**, breng ik u wat energie voor het maken van contact op de beurs. Het helpt bij het verkrijgen van een grotere klantenstroom. Succes!



- 1) **Werk van achteren naar voren**; Zorg dat u in de voorbereiding gestructureerd te werk gaat. Werk daarom van achteren naar voren. Zet niet uw beursdeelname centraal! Dat is slechts een middel om ergens te komen. Richt u zich beter op de follow-up! Wat wilt u na de beurs bereiken en hoe blijven uw leads ook in de afterparty nog enthousiast en aan u verbonden.

stopcontact.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

Hiervoor heeft Stop-contact.com een 9-stappenplan. Veel daarover staat op de website www.stop-contact.com.

- 2) **Welke boodschap laat u achter?** Als u weet waar u na de beurs naar toe wilt werken, dan heeft u een duidelijke doelstelling. Draag vanuit een bepaald thema een hele duidelijke boodschap uit. Aan dat thema kunt u ook uw gehele standperformance ophangen. Een juiste mix van a) creativiteit, b) inzicht in marketing- en salesprocessen en c) contactuele eigenschappen brengt u tot een ludiek standperformance. De gave om uw standwerkzaamheden op beurzen echt voor u te laten werken, is lang niet voor iedere marketeer weggelegd. U zult het zelf ook wel gemerkt hebben: deelnemen aan een vakbeurs is een vak op zich. Zorg in ieder geval voor een goede balans in uw informatieverstrekking, entertainment en authenticiteit. Heeft u bijvoorbeeld een Eventlocatie? Hoe onderscheidt u zich bijvoorbeeld van de vele andere prachtige aanbieders en wat wil uw bezoeker eigenlijk?

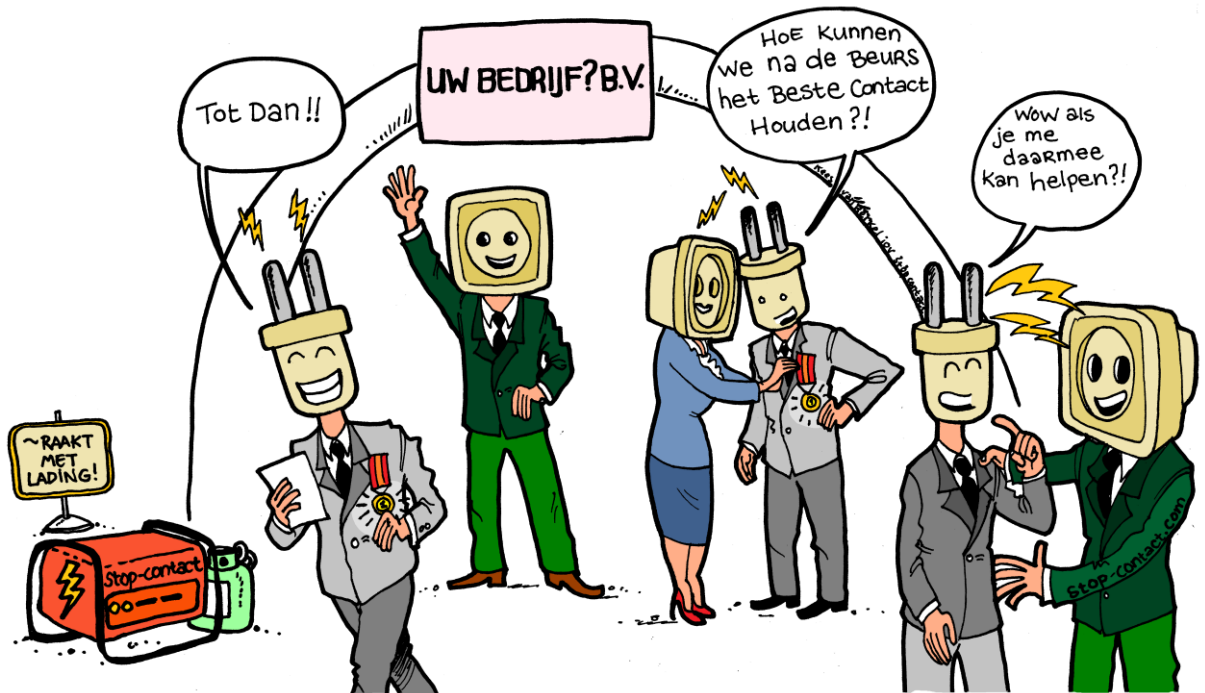


- 3) **Aandacht krijg je door het te geven;** Vele verkopers willen bezoekers in hun enthousiasme op beurzen te snel en te graag overtuigen van iets. Daardoor wordt hun product of hun dienst belangrijker dan de behoefte-vraag van de gesprekspartner, hun 'klantjes'. Als je wilt overtuigen, denk dan eerst goed na over hoe u hen kunt helpen met hun groei? Ga dus eerst op zoek naar punten waar zij vastlopen in hun bedrijfsproces. Als u dat weet kunt u de punten aandragen waar u kunt bijdragen met uw dienst. Zo ja, dan zullen ze u de handel ook

nog moeten gunnen. Hoe? Vaak pas als het vertrouwen er is en de persoonlijke klik ook echt is gemaakt. Ga daarom in den beginne niet teveel zenden, duwen en trekken, maar zet uzelf even opzij. Richt al uw aandacht op de behoeftevraag van de passant. Dat gaat veel gemakkelijker als u in den beginne uw zendmast niet op zenden zet maar op ontvangen.

- 4) **De opening is veelal een open vraag, een trigger** die een smile brengt, verbazing, alarmbellen laat rinkelen. Op een beurs vindt dat alles plaats in een stop-contactmoment. Zo'n moment kunt je opdelen in 3 stappen; Allereerst de eerste 3 seconden van de ontmoeting. Raak je met de eerste trigger de ontvanger? Wordt de opening echt ontvangen, dan krijgt u van iemand nog 12 seconden om iets meer uit te leggen. In die 2^e fase checkt hij: is dit bruikbaar voor mij? Kan ik dit eten of wordt ik gegeten? Levert dit me iets op of moet ik wegwezen? Iemand die enthousiast wordt (veelal omdat u hem kunt helpen met groei, verbetering of herstel) geeft u dan nog een minuut extra Als hij daarna de stap verder wil zetten in de stand, dan ligt er alle ruimte voor echt contact.

Wees selectief, niet aan elke bezoeker wil je 6-8 minuten van je tijd spenderen. Als een bezoeker wegstapt bedoelt hij dan nee? En als hij met een smile nee zegt, bedoelt hij dan echt nee? Of begint het voor echte standwerker pas bij die Nee? Het leveren van stopkracht is een vak apart dat speciale vaardigheden vraagt van standmedewerkers. Ja, stopkracht leveren is een kwestie van mensenkennis, contactuele eigenschappen, techniek, empathie, flair, chemie, en als u Business to Business werkt; Kennis van zaken, op alle niveau's. De opening die u maakt is daarom erg belangrijk. De strategie van het werven van leads kunt u heel goed voorbereiden. De kunst is daarbij te ~raken met lading, zodat de vonk over springt. Wie bij u in uw bedrijf is als stop-contact het meest geschikt? Zet hem of haar dan op de kop van de stand. Huur desnoods hulp in van professionele contactmakers. Mocht uw budget dat laatste niet toelaten, bekijk dan eens wat u uit het budget kunt schrappen. Besteed in ieder geval veel aandacht aan het geven van die aandacht naar het gangpad! Als dit goed verloopt, legt u sneller en vaker de juiste opening voor een langdurige werkrelatie. Voer eventueel een 'strategisch doorbraakgesprek' met Stop-contact.com om voorafgaand aan de beurs uw aanpak te checken op kracht en impact. Met een slimme strategie kunt u het aantal bruikbare leads met een veelvoud van 4 tot 6 verhogen. En waar draait het bij u eigenlijk om op de beurs? Het verkrijgen van nieuwe contacten toch?



En als iemand niet enthousiast wordt van uw inspanningen en openingen? Dan loopt u, zoals ik die noem, een 'functioneel blauwtje'. Wees gerust, er 'passeren' tijdens een beurs honderden potentiële leads uw stand.

5) Aan een dood paard moet je niet gaan trekken . Dus als iemand na 15 seconden geen interesse toont, geen wedervragen stelt of vermijdingsgedrag vertoont, en na 1 minuut er nog geen klik is gemaakt, zet uw troeven dan gewoon in op de volgende passant. "Prettige voortzetting op de beurs mevrouw." No worries Het is toch ook een spel? Heerlijk voor beiden om elkaar in dat spel de ruimte te geven, om te snuffelen en ook weer door te mogen gaan.

Ik zie uit naar onze volgende ontmoeting, wellicht op de beurs. U vindt de vervolgsérie van deze 'Tips on Strips' als u [hier](#) klikt. Meer artikelen of informatie over leadwerving en stand-communicatieconcepten kunt u vinden op mijn site onder [bewijsmateriaal](#). Kom verder.

Groet en het goede,

Drs. Viktor Luttkholt

Contactmaker

www.stop-contact.com

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