

Meer leads op de beurs

Door: Chantal Groothengel/FTM.nl

Gepubliceerd: vrijdag 12 november 2010 11:00

Update: vrijdag 12 november 2010 12:32

Vakbeurzen kosten bedrijven veel tijd en geld, terwijl ze vaak moeite hebben een goede interactie tot stand te brengen. Viktor Luttkholt van Stop-contact ontwierp een concept waarmee de investering een veelvoud aan leads oplevert.

“Stop-contact.com ondersteunt bedrijven die met een stand naar een vakbeurs gaan. Bedrijven investeren veel geld en tijd in die beurzen, maar laten daar vaak veel kansen liggen. Ze vinden dertig leads in drie dagen al erg succesvol. Ik heb er tot nu toe altijd voor gezorgd dat ze vier tot zes keer zo veel bruikbare leads kregen.

“Daarvoor heb ik een methodiek ontwikkeld die erg succesvol is. Met behulp van ludieke concepten hebben bedrijven een verhaal of boodschap om over te praten. Er gaat een uitgebreide briefing aan het ontwerp vooraf. Daarbij is vooral alles wat na de beurs komt belangrijk. Wat een bedrijf over zes maanden wil bereiken, of welk product extra aandacht moet krijgen. Dan gaan we kijken hoe die extra omzet kan worden gehaald.

“Eén van mijn klanten is Buko, een bouwbedrijf dat tijdelijke huisvesting voor scholen maakt die na afloop kan worden afgebroken en gerecycled. Ik vraag beursbezoekers of ze een tip kunnen bedenken om hun school groener te maken. Daar hebben ze vaak nog nooit over nagedacht. Drie maanden later organiseren we een seminar voor al deze mensen over hoe ze op school groener kunnen bouwen. De insteek is niet het verkopen, maar de school helpen met groener denken.

Rondhangen

“Wat je vaak ziet is dat de marketingafdeling een concept bedenkt, en de salesafdeling vervolgens op de beurs staat en zich afvraagt wat marketing nou weer heeft bedacht. Het werkt voor het salesteam veel prettiger als je hen in de voorbereiding betreft. Daarom organiseer ik voorafgaand aan de beurs een workshop.

“Ik leer mensen niet dat ze niet met hun handen in hun zakken moeten staan, maar zorg dat ze iets te doen hebben en enthousiast zijn. Dan hebben ze geen tijd om te hangen. Ik laat ze bijvoorbeeld vooraf al vragen bedenken die ze aan de beursbezoekers kunnen stellen. De vragen zijn daardoor echt van hen en dan verlopen de gesprekken met bezoekers veel vloeiender.

“Tijdens de beurs sta ik in het gangpad als ‘stop-contact’. Ik heb een trigger waarmee ik mensen laat stoppen en aan het denken zet over bepaalde dilemma’s. Enthousiaste leads koppel ik aan een standmedewerker. Die kan dan een oplossing voor dat dilemma aandragen. Klikt het niet, zorg ik dat mensen snel doorlopen. Alleen aan goede kanshebbers besteden we tijd.”

Trefwoord: [vakbeurs leads stop-contact](#)