

L? **Lernaufgabe**

Beim Messeauftritt auf der Orgatec bieten wir täglich Workshops zu unserer Produktpalette an. Frau Hauser ist bewusst, dass der Erfolg auf der Messe in erster Linie von den Mitarbeitern am Messestand, ihrer Einstellung und ihrer Vorbereitung abhängt. Sie möchte nicht nur Bestandskunden bewirten und Visitenkarten sammeln, sondern auch Neukunden, Anbahnungen und Aufträge gewinnen. Ich soll nun unsere Messepräsenz organisieren mithilfe der im Bürobedarf Hauser & Schulte vorliegenden Checkliste.

Wie präsentiere ich trotz Informationsflut nachhaltig einprägsam?

A! **2. Arbeitsauftrag**

Zeit: _____

Gruppenarbeit

1. **Analysieren** Sie die Checkliste, inwieweit Sie die genannten Punkte in dem Workshop umsetzen können und **bestimmen** Sie Ihre Zielgruppe.
2. **Wählen** Sie neben der PowerPoint-Präsentation zwei weitere Marketinginstrumente, mit denen Sie Kunden während des Workshops gewinnen können.
3. **Entscheiden** Sie sich für eine Masterfolie (Corporate Design Hauser & Schulte) aus Ihrer vorangegangenen Firmenpräsentation.
4. **Erstellen** Sie zunächst die PowerPoint-Präsentation mit vier Produkten/Dienstleistungen, in der **eine Tabelle, ein Organigramm, AutoFormen/Zeichnen und ein Diagramm** enthalten ist.
5. **Teilen** Sie sich die Arbeit auf – jeder erstellt max. 2 Folien für ein Produkt und wendet eine der oben genannten Gestaltungsmöglichkeiten an (**Präsentationen gestalten**).

Einzelarbeit

6. **Erstellen** Sie einprägsame und grafisch gut gestaltete Folien (siehe Beurteilungsbogen).
7. **Präsentieren** Sie professionell, indem Sie direkt in PowerPoint Notizzettel zu den beiden Folien erstellen (**Vortragsnotizen**).

Gruppenarbeit

8. **Fügen** Sie die Folien in eine gemeinsame Präsentation ein.
9. **Gestalten** Sie Einstiegsfolie, Inhaltsverzeichnis und Schlussfolie gemeinsam.
10. **Präsentieren** Sie Ihren Gruppenmitgliedern Ihre beiden Folien; **verbessern** Sie ggf.
11. **Erstellen** Sie die beiden anderen Marketinginstrumente zur Kundengewinnung.
12. **Üben** Sie den Ablauf des Workshops ein (**Präsentation vorbereiten und durchführen**).

Plenum

13. **Führen** Sie den Workshop durch.
14. **Reflektieren** Sie anhand des Beurteilungsbogens die Produktpräsentation.
15. **Beurteilen** Sie, ob die Marketinginstrumente neue Aufträge, Termine und Kundenanbahnungen erwarten lassen.
16. **Korrigieren** Sie ggf. Ihre Präsentation und **drucken** Sie Ihre Folien auf Handzetteln aus. **Heften** Sie sie anschließend in Ihrer Produktsammlung ab.



Kundenbindung am Messestand

Checkliste für Messen und Ausstellungen	Verant- wortlich	Termine
<p>Was wollen wir mit unserer Messeteilnahme oder unserem Messestand erreichen?</p> <p>Mögliche Ziele:</p> <p>Verkaufen auf der Messe (in aller Regel bei Produkten und Dienstleistungen, die kostenintensiv bzw. stark erklärungsbedürftig sind)</p> <p>Bekanntmachung der Angebots- und/oder Dienstleistungspalette (Prospekte, Plakate, Informationstheken - Pinnwand, Abgabe von Informationsmaterial ‚Flyer‘ durch Promotionsteams, Shows, Seminar- und Fachveranstaltungs-beteiligung)</p> <p>Bekanntmachung des Unternehmens</p> <p>Erschließung neuer Kundenkontakte (Kontaktbogen)</p> <p>Vertiefung der alten Kontakte: z. B. informieren über Neuigkeiten im Unternehmen</p> <p>Markt- und Konkurrenzbeobachtung</p> <p>Erkennen der Marktanforderungen an Produkt und Unternehmen</p> <p>Erschließung neuer Zuliefererkontakte</p> <p>Imagepflege</p> <p>Pflege und Ausbau von Pressekontakten</p> <p>Gewinnen von Anregungen für die eigene Produkt-/Leistungspolitik</p>		



Bewertungsraster

Workshop am Messestand des Bürobedarfes Hauser & Schulte

		++	+	0	-	--
Präsentation	Publikum fühlt sich angesprochen – Zielgruppenanalyse umgesetzt					
	überzeugender Auftritt – Blickkontakt zum Publikum gehalten					
	korrekter Auftritt vor dem Publikum (z. B. Hände in Bauchhöhe und nicht in die Tasche stecken)					
	sicherer Auftritt vor dem Publikum – laut und deutlich gesprochen					
	Folieninhalt nicht wörtlich wiedergegeben, sondern Notizzettel genutzt					
Inhalt	Inhalte wurden präzise und einprägsam vorgestellt					
	umfangreiche Produktbeschreibung – Kaufinteresse geweckt					
	Einleitung, Inhaltsverzeichnis, Abschluss					
	Kundenbindung erreicht, durch gezielte Maßnahmen					
	aussagekräftige Folien- und Tabellenüberschriften					
	fehlerfreie Rechtschreibung					
Gestaltung	Blickfang durch Bilder (Eyecatcher)					
	das Corporate Design des Bürobedarfes durchgängig berücksichtigt					
	gute Strukturierung durch Tabelle, Diagramm, Organigramm und AutoFormen/Zeichnen					
	Inhalte durch Schriftgröße, -farbe, -art und -layout unterstützt					
	gute Aufteilung der Folie (freie Fläche – keine überfüllten Folien)					
Marketing- instrumente	sinnvolle, originelle Auswahl der Instrumente					
	Kundeninformationen gewonnen – anschließende Kundenpflege möglich					
	bestehende Kundenkontakte intensiviert					