

Was, wenn der Flirt langweilig wird?

Menschen, die sich an Messen über Neues auf dem Markt orientieren wollen, kommen emotional oft zu kurz. Es wimmelt zwar vom Besten und Schönsten. Die Aussteller lassen sich einiges einfallen, jedoch fühlt sich kaum jemand wirklich angesprochen oder berührt. Es erinnert geradezu an einen langweiligen Flirt.



An Messen ist die Vielfalt der Stände gross. Von palastähnlichen Bauten über farbenfrohe Sessel bis zur einfachen Wand mit den nötigsten Informationen zu Produkt oder Dienstleistung ist alles vorhanden. Nicht nur visuell wird für die Aufmerksamkeit gefeilscht, auch auditiv wird einiges geboten. Der Lärm ist oft gross – und je mehr Besucher und Besucherinnen in den Gängen auf Spazierfahrt der Sinneseindrücke sind, umso grösser ist die Anstrengung des Personals am Stand, sich mit Produkten und Dienstleistungen bemerkbar zu machen. Oft werden deshalb weitere Sinne der Interessierten strapaziert. Es werden Wettbewerbe angeboten, wobei das Mitmachen natürlich mit der Abgabe der Visitenkarte verbunden ist – oder man lädt ein zu kulinarischen Höhenflügen, die sich kaum in den Produkten und Dienstleistungen wiederfinden. Wir verzeihen das, denn wir sind alle wohl-erzogene und nette Menschen.

Auf Messen die anderen Aussteller beobachten

Seit einigen Jahren schon stelle ich selbst an Messen aus, von der kleinen regionalen Tischmesse über grosse Marketing- oder Personalfachmessen bis hin zur SuisseEmex 2010. Ich beobachte dabei gerne andere Stände, versetze mich somit in die Rolle der Besucherin. Was sich dabei vor meinem Auge zeigt, ist alles andere als interessant. Verkrümmte Körperhaltungen, sitzende Menschen in der hintersten Ecke des Standes mit leeren Blicken in Richtung der Besucher oder Ansprachen wie: «Darf ich Ihnen etwas zeigen?» oder «Kennen Sie schon



Biboleron?». Das Nein liegt auf der Zunge, zum Glück sind wir ja alle wohl-erzogen und nette Menschen.

Als normalsterbliche Konsumentin, denn auch ich funktioniere wie 99% der Menschen, wünsche ich mir an Messen mit grosser Vielfalt und ebensolcher Konkurrenz etwas Besonderes, etwas, das neu ist, eine Begegnung, die mich aus den Socken haut. Wir sind Menschen und kaufen über unsere Gefühle, also befinden wir uns auf der Suche nach einem für uns geeigneten Produkt zuerst einmal im Kontakt mit der Vertretung des Dinges, das unseren Herzschlag erhöht. So gesehen möchten wir berührt und nicht erschlagen werden von Argumenten eines Dinges. Also spaziere ich als Besucherin durch die Gänge und lechze regelrecht nach dem Unkonventionellen. Natürlich bin ich mir bewusst, dass der Mensch auf dem Stand in Vertretung seines Produktes alles unternimmt, um mein Interesse zu wecken. Somit ist die erste Ansprache für mich als Spazierende etwas vom Wichtigsten. Wenn ich das damit verbundene Gefühl betrachte, möchte ich zuerst erkannt, wenn nicht ertappt werden. Dies kann sehr wohl durch einen Lockvogel passie-

ren oder auch durch ein kulinarisches Angebot. Jedoch fühle ich mich erst dann berührt, wenn der Mensch, der mich anlockt, mir zeigt, dass er mich erkennt, etwas an mir sein Interesse weckt. Es ist wie ein Flirt, ein einzelner Satz oder eine einzelne Frage, die mich vielleicht überraschen, erstaunen oder amüsieren. Wenn dieser Mensch sogar meine Antwort auf seine Frage gleich mit seinem tollen Produkt verbindet, bin ich wach, interessiert und verweile gerne einen Moment.

Der entscheidende Punkt

Jetzt beginnen sich die Interessen der Besucherin und des Standmenschen zu kreuzen – wie bei einem Flirt. Niemand möchte sich zu lange auf das Gespräch konzentrieren, Taten werden wichtiger als Worte. Beim Flirt geht es dann doch nicht so schnell, hoffentlich – wenn auch aus verschiedenen Gründen, jedoch mit dem gleichen Resultat. Somit liegt es jetzt am Standmenschen, die Interessenten – vielleicht sogar mit einer kommunikativen Geste der Wertschätzung – bald wieder zu verabschieden – es warten ja bereits weitere Interessenten, die wohlverdiente Pause steht an



oder die Prospekte müssen nachgefüllt werden. Jetzt erhalten die Interessenten als Wertschätzung den Vorschlag, den Standmenschen doch am besten in seiner eigenen Firma zu treffen, um die Details in Ruhe zu besprechen, denn an der Messe hat es zu viel Lärm und vielleicht möchten die Interessenten noch weitere Stände anschauen. Dies ergibt gleich zwei Vorteile, einen für den Standmenschen und einen für die Interessenten. Der Standmensch kann sich auf weitere Interessenten konzentrieren und die Interessenten können weiter auf ihren Rundgang.

Was gibt es Schöneres an Effizienz, Freude und Erfolgserlebnis, mit einem kurzen Moment der Aufmerksamkeit, mit einer persönlichen Ansprache: «Oh, ich sehe, Sie runzeln die Stirn, was überrascht Sie gerade?» oder «Sehen Sie, deswegen stehen Sie an unserem Stand, weil Sie... und wir...» Das ist wirklich interessant, ich schlage Ihnen deshalb vor, ich komme kurz bei Ihnen in der Firma vorbei... Ich rufe Sie an und wir besprechen das Ganze in aller Ruhe.»

In Messetrainings hören wir oft, wie wir uns «ver»-halten sollen, welche Kleidung angemessen ist, welche Regeln

wir berücksichtigen müssen im Umgang mit Menschen bis hin zur Weiterverarbeitung der Kontakte, welche wir während den Messetagen hatten. Leider hören wir selten, wie wir überhaupt in Kontakt kommen und diesen Kontakt auch angenehm gestalten können, um unsere Ziele erreichen zu können. Weil wir nette und wohlgezogene Menschen sind?

Verkaufen heisst, im ersten Schritt mit Interesse die Bedürfnisse des Gegenübers erkennen, um dann den Link zu Produkt oder Dienstleistung machen zu können. Gerade weil wir wohlgezogen und nett sind. Denken Sie dabei einfach an einen Flirt, und der Moment der Überraschung ist auf beiden Seiten perfekt.

Mariella De Matteis gibt neben Messe-Trainings ebenso Trainings für kundInnenorientiertes Sprechen und Verhalten, Verkaufs- und Kommunikations-Trainings für Innen- und Aussendienst und spezifisches Verhalten am Telefon. An der SuisseEMEX 2010 ist sie im Bereich Kommunikation, Aus- und Weiterbildung als Ausstellerin präsent.

inserat