

Deine Messehostess - kurze Einführung zum Service für Messepersonal

Gutes Messepersonal und Promotionpersonal ist der Schlüssel zu neuen Kunden. Es gibt für Veranstaltungen nichts wichtigeres, als guten Service – egal ob es um Imagepflege, Beratung zu einem Produkt oder den Verkauf und Vertrieb geht. Anbei nur ein paar Beispiele, wie das Personal eingesetzt werden kann und woran Sie beim jeweiligen Einsatz denken sollten.

1. Messehostess und Messehost: Servicepersonal am Messestand

Messehostessen buchen - ist doch ganz einfach? Das kommt darauf an, wie die Ansprüche sind, die Sie an Ihr Personal auf Messen und Kongressen stellen und ob die Kosten eine Rolle spielen oder nicht. Sucht man eine Messehostess für die großen Messestandorte in Deutschland wie Hannover, Frankfurt, Berlin, Köln oder München, dann ist die Abdeckung noch recht gut, aber an Orten die etwas weiter abgelegen sind wie etwa Friedrichshafen geht's nicht mehr ganz so einfach.

Wichtig ist es auch eine Agentur für Messepersonal zu finden, die Sie beraten kann, wenn das erforderlich ist. Stellt man auf einer internationalen Messe wie der drupa in Düsseldorf oder der Spielwarenmesse in Nürnberg aus, dann sollte man Sie darauf hinweisen, dass es nicht schlecht wäre, eine Hostess mit ausreichend Kenntnissen in Fremdsprachen wie Englisch, Spanisch oder Französisch zu wählen – falls Sie auch ausländische Interessenten bedienen möchten.

2. Samplingpromotion: Verteilen von Werbeflyern oder Merchandise-Artikeln

Seit kurzem ist ein **mobiler Messestand** Ihr Eigentum geworden und dieser soll nun so effektiv wie möglich genutzt werden – dann steht eine Promotionaktion auf dem Plan. Bei einem Display Messestand können Sie die Promoter nach Einholung einer Genehmigung direkt in die Fußgängerzone schicken und Flyer verteilen lassen oder Merchandise Artikel, die meist sehr begehrt sind.

Sampling sollte immer mit einem Aufhänger verbunden sein, denn nur einen Werbezettel in die Hand gedrückt zu bekommen, darauf haben die wenigsten Menschen Lust und diese finden sich meist im nächsten Mülleimer wieder. Verbinden Sie die Aktion mit einem Gewinnspiel oder eben mit der Ausgabe von Give-Aways. Im Paket nimmt man zum kleinen Präsent auch die Werbebotschaft mit und nicht nur der Bekanntheitsgrad, sondern auch das Image steigt.

Für diese Form der Promotion brauchen Sie aufgeschlossenes und offenes Personal, das keine Scheu zeigt die Passanten anzusprechen und die Botschaft unter das Publikum zu bringen. Kleinere Unternehmen setzen hier aus Kostengründen oft auf Freunde und Bekannte, doch das kann ein Flop werden, weil diese oft nicht geübt darin sind, so offensiv auf Menschen zuzugehen und die Aktion kann dann im Sand verlaufen – das wäre doch schade. Geschulte und motivierte Promoter bringen Ihnen einen echten Vorteil und da sollte der finanzielle Einsatz auch drin sein.

3. Beratungs- und Verkaufspersonal: Beratung und Verkauf mit Promotoren

Bei Personal für Beratung und Verkauf – also einer Salespromotion, steckt etwas mehr Arbeit in der Vorbereitung, denn hier müssen die gebuchten Promoter vorab gut und ausreichend geschult werden. Ist das nicht der Fall, dann wird auch die Aktion kein Erfolg werden – denn nur wer sich mit einem Produkt oder mit einer Leistung auskennt und auch mit den Vorteilen oder Nachteilen zu anderen Anbietern vertraut ist, kann mit Überzeugung auftreten.

Vor einem Verkaufseinsatz von Produkten und Leistungen, sollten immer ein Briefing und eine Schulung stattfinden, denn nur so ist ein hoher Qualitätsstandard gesichert. Es geht hier um die Außendarstellung Ihres Unternehmens und wer die Vorteile nicht herausstellen und die Nachteile nicht entkräften kann, wird sein Geld in den Sand setzen – das wäre schade.

Unser Tipp: Setzen Sie nicht nur bei Messen oder Kongressen auf Salespromotion – eine dauerhafte Salespromotion kann deutlich mehr bewirken. Sind die Promoter erst einmal geschult, können sie diese auch im Rahmen von Promotionaktionen im Rahmen eines Events oder bei **Shop in Shop** Kooperationen im Einkaufsmarkt einsetzen. Shop in Shop Kooperationen können ein echter Gewinn für beide Partner in der Kooperation sein und was ist besser als eine “Win-Win“ Situation?

Ihr Weg zu gutem Messepersonal wie Messehostessen und Promotoren

Gutes Personal ist viel Wert bei Events, Kongressen, Promotionaktionen oder Messen – doch wie findet man nun am besten eine Agentur, die im Einsatzgebiet über gutes Servicepersonal verfügt? Sie können es sich sicher schon denken – mit dem Service von www.deine-messehostess.com.

Der Service für Messe- und Servicepersonal kostet Sie nichts - aber es bringt Ihnen viele Vorteile. Schon kurz nach der Personalanfrage erhalten Sie von zwei Agenturen ein individuelles Angebot für Ihren Personalbedarf. Der Grund, warum Sie zwei Angebote erhalten ist einfach – so können Sie direkt vergleichen, wo Sie die bessere Leistung für Ihr Geld bekommen.