

# Gsponer.

## Messe-Professionalisierung

### Ausgangslage

Der CEO realisiert, dass regelmässige Messebesuche – für die Maschinenindustrie fast obligatorisch – die jährlichen Ausgaben massgeblich beeinflussen. Nutzen und/oder Ertrag dieses Aufwandes sind schwierig gegenüberzustellen und wurden in der Vergangenheit nicht erhoben.

### Auftrag an die Gsponer Consulting Group

Professionalisierung des Messebesuchs-Managements.

### Umsetzung

#### *Erster Schritt:*

Gemeinsam mit CEO und Messeverantwortlichen wird unter dem Projektnamen «PRO-EMO» ein 3-stufiges Vorgehen für die in 9 Monaten anstehende EMO Hannover erarbeitet und gleich umgesetzt. Den Beginn bildet ein Führungsworkshop zur Definition des professionellen Messemanagements. CEO und vertriebsverantwortliche Area-Manager formulieren aus der Unternehmensstrategie und den Jahreszielsetzungen abgeleitete Ziele auf Stufe Unternehmen. Anhand der Ziele werden die Massnahmen und Aktivitäten den verantwortlichen Stellen zugeordnet und konkretisiert. Ergebnis: eine EMO-Ziellandschaft, anhand welcher der Unternehmenserfolg nach der Messe gemessen und dem direkten Aufwand gegenübergestellt werden kann.

#### *Zweiter Schritt:*

Resultatorientiertes Verkaufen. Es werden individuelle Zielsetzungen und Massnahmen der einzelnen Sales Forces definiert. Am Nachmittag Trainingsplattform für Verkäufer anhand der festgelegten Messeschwerpunkte mit effektiven Settings und Korrektur.

#### *Letzter Schritt:*

Eine Woche vor der EMO operative Umsetzungsvorbereitung. Neben messerelevanten organisatorischen Informationen werden Produkte- und Unternehmenspositionierung nochmals trainiert und verinnerlicht, zum Abschluss folgt ein Messe-Knigge.

# Gsponer.

## **Erfolg**

Messbare Ziellandschaft für die Messebesuche; methodischer Umsetzungsprozess, der jetzt selbstständig durchgeführt wird. Professionalisierung der Sales Forces und des Messebesuchs-Managements; Aufwandoptimierung der Messemanagement-Ressourcen.