

# BOBKAS BUSINESS – 03/2015

## Digitales Leadmanagement – Messeerfolge sichern

Nachgehakt: Wie definieren Sie eigentlich Ihren Messeerfolg? Auch 2015 öffnen morgens wieder viele Messen ihre Tore und die Fachbesucher strömen in die Messehallen. Das Zeitfenster ist gerade bei Fachmessen sehr kurz, es gilt daher jeden Messebesucher bestmöglich zu qualifizieren und die adäquate Kommunikation aufzubauen, um den maximalen Messenutzen zu erzielen. Nur ein Viertel der ausstellenden Unternehmen quantifiziert überhaupt die eigenen Messeziele und misst den Erfolg. 70 % des Messebudgets wird regelrecht verbrannt durch unterlassene Weiterverfolgung der gewonnenen Leads (Kontaktanbahnung zu potentiellen Interessenten). Helfen können hierbei neben einem professionellen Standkonzept vor allem die Nutzung modernster Kommunikationsmittel, konkret sogenannter digitaler Leadbögen. Diese sind Papierleadbögen bei Weitem überlegen. Sie funktionieren als Apps auf Tablet-PC's oder über mobile Webseiten. Der augenscheinlichste Vorteil: Digital erfasste Daten stehen sofort zur Verfügung, der Verlust ist ausgeschlossen. Sie können schnell, vollständig und nachvollziehbar nach einem Gespräch am Messestand für die sofortige Kontaktaufnahme (per Klick mehrsprachig) genutzt werden, Ihnen also den entscheidenden zeitlichen Wettbewerbsvorteil sichern. Die Aufnahmebereitschaft der Messebesucher ist auf und unmittelbar nach der Veranstaltung am höchsten. Freuen Sie sich über die begeisterte Reaktion potentieller Neukunden, wenn Sie binnen 15 Minuten nach dem Gespräch zielgerichtet und hochpersonalisiert (inkl. Bild des Gesprächspartners, uvm.) Kontakt aufnehmen durch digitales Leadmanagement. Diese Gesprächspartner werden sich positiv an Sie erinnern – der erste Schritt zum Erfolg. Weitere Vorteile liegen in der professionellen Darstellung und der strukturierten Vorgehensweise bei digitalen Leadbögen. So werden zielgerichtet die Nutzenerwartung des Kunden sowie alle für ihn relevanten Themen abgefragt. Auch in dieser Hinsicht wird sich Ihr Nachfassen beim Kunden von den unzähligen Standard-Dankmails oder unpersönlichen Newslettern, die Messebesucher meist im Nachhinein erhalten, positiv abheben. Die Handhabung digitaler Leadbögen ist heute denkbar einfach. Mögliche Hilfsmittel wie

automatische Erkennung von Visitenkarten via Smartphone oder Tablet verkürzen die Gesprächsdauer und vermeiden Nachbearbeitungszeiten – zudem sind digitale Leadbögen übersichtlich gestaltet, intuitiv bedienbar. Sie beinhalten alle von Ihrem Sales & Messe-Team zuvor definierten und im Handumdrehen online in der Software eingestellten Fragen, vordefinierte Aktionen, Produktsheets, uvm. – ordnen sich dabei aber flexibel dem Gesprächsverlauf unter. Der Einsatz von digitalen Leadbögen erlaubt mit wenig Aufwand die Identifikation Ihrer A-Leads. Die A-Leads und die mit ihnen verbundenen Umsatzpotenziale gilt es sofort nachzuverfolgen, denn diese Kunden zeigen die höchste Abschlussbereitschaft! So wird Ihr Messeerfolg nachhaltig gesichert – kein Leadpotenzial entgeht Ihnen mehr. Viel Freude und Erfolg damit!



**TOBIAS BOBKA**

Dipl.-Betriebswirt (DH)

---

### BOBKAS BUCH



*“Was Unternehmer und Unternehmen erfolgreich macht – die Kolumnen“.  
Kostenlos hier bestellen.*