

## Vier Tipps für Ihren virtuellen Messestand

### 1 Hochwertige und einzigartige Inhalte

Versuchen Sie, Inhalte zu schaffen, die wirken, als ob sie extra für die Messe und ihre Besucher erstellt worden wären. Der erste Impuls vieler Aussteller besteht darin, ihre Webseite einzubinden. Schließlich ist dort schon ein Großteil der Informationen enthalten. Dadurch bekommt der Besucher allerdings das Gefühl, die Webseite einfach zu einer anderen Zeit besuchen zu können. Deshalb würden wir Ihnen empfehlen, Inhalten zu erstellen, die den Besucher „persönlich“ ansprechen. Dadurch, dass Texte z.B mit „Sehr geehrter eREC-Besucher“ beginnen und/oder Sie das Logo der Messe einbinden, wird Exklusivität erzeugt. Oder Sie gehen beispielsweise auch an Ihrem Stand auf Ihr Webinar ein.

**! Tipp:** Sie könnten neben Ihrem Angebot an Produkten auch neue Einblicke in Ihre Entwicklung oder Produktion gewähren, eine Case Study vorstellen, ein Webinar an Ihrem Stand veranstalten oder Ihre Firmengeschichte präsentieren. Seien Sie kreativ und überlegen Sie sich einen Weg, den Besucher möglichst lange mit Ihrer Marke interagieren zu lassen.

### 2 Erregen Sie Aufmerksamkeit

Ähnlich wie auf realen Messen schlendern die meisten Besucher über die virtuelle Messe ohne konkretes Ziel. Hier gilt es jeden Besucher, der auf Ihren Stand klickt, direkt neugierig zu machen, denn die Besucher werden innerhalb weniger Sekunden entscheiden, ob sie an Ihrem Stand verweilen oder weiterklicken werden. Achten Sie deshalb bei der Erstellung Ihrer Standgrafiken darauf, dass möglichst schnell klar ist, worum es geht und welcher Nutzen den Besucher bei Ihnen erwartet. Auch Fragestellungen, die Interesse wecken, können hier gut funktionieren. Die Antworten finden die Besucher dann nach einem weiteren Klick in Ihren Inhalten. Lassen Sie den Besucher sofort erkennen, was hier an Ihrem Stand wichtig und relevant ist.

**! Tipp:** Klare Aussagen und große Schriften mit guten Kontrasten sind hier besonders sinnvoll.

### 3 Ermöglichen Sie Kontakt

Ermöglichen Sie den Besuchern, Sie direkt zu kontaktieren. Je schwieriger es ist, desto unwahrscheinlicher wird es, dass diese Sie kontaktieren. Die einfachste Möglichkeit hierfür ist eine direkte Terminvereinbarung über Ihr CRM (elektronische Terminverwaltung) oder ein Kalendertool wie „Calendly“. Damit ermöglichen Sie eine direkte Kontaktaufnahme und gleichzeitig muss keiner Ihrer Mitarbeiter jederzeit verfügbar sein. Die zweite Möglichkeit ist zu festen Zeiten ein offenes Live-Meeting über „Zoom“ oder einem ähnlichen Tool zu veranstalten, in welches sich jeder Besucher sofort einloggen kann. Dadurch wird der sofortige Kontakt ermöglicht. Hier können Sie direkt auf die Besucher eingehen und individuelle Fragen beantworten. Gleichzeitig müssen Sie sich aber nicht auf einen oder zwei Besucher beschränken, sondern können auch größere Gruppen zu öffnen

Fragerunden einladen. Außerdem können Sie mit dem Warteraum die Menge der Teilnehmer regulieren, themenbasierte „Breakout Rooms“ mit einzelnen Experten einrichten oder bei größerem Interesse einem Besucher im „Breakout-Room“ eine 1-1 Session mit einem Ihrer Verkäufer ermöglichen. Eine weitere Möglichkeit ist der Live-Chat. Hier können Sie einen Text-Chat einbinden. Dies ist oft eine gute Ergänzung zu dem Live-Meeting über Video. Insgesamt sollten Sie in allen Ihren Inhalten auf dem Stand (Flyer, Broschüren, Webseiten etc.) jeweils auf die Kontaktaufnahme verweisen, um die Besucher jederzeit auf diese Kommunikationsmöglichkeit hinzuweisen.

! **Tipp:** Wir empfehlen die Einbindung eines Avatars oder einer „realen“ Person an Ihrem Messestand. Denn sobald der Besucher auf einen Stand klickt, wo kein „Mensch“ zu sehen ist, wird der Eindruck vermittelt, dass der Stand nicht besetzt ist.



#### 4 **Bewerben Sie Ihren Messestand!**

Das eREC-Team wird Ihnen eine Pressemappe zukommen lassen. Diese enthält das Logo und die Banner der Messe sowie die aktuellen Pressemitteilungen. Das gesamte Material steht Ihnen zur Verfügung, um Ihre Präsenz auf der eREC optimal zu bewerben. Nutzen Sie das Material und bewerben Sie Ihren Messestand auf Ihren Webseiten und in Ihrem Newsletter.

! **Wichtig:** Machen Sie Ihre Kunden aktiv auf Ihre Teilnahme an der Messe aufmerksam!