

Interaktive Technologien für einen erfolgreichen Messeauftritt

Untersuchungen zu den Zielen von Messebesucher/innen belegen, dass die Suche nach Preisinformationen beim Messebesuch bloss eine untergeordnete Rolle spielt. Solche lassen sich leichter auf anderen Wegen, etwa über das Internet, beschaffen. Die grösste Motivation des Publikums liegt darin, Produkt- und Dienstleistungsinformationen zu erhalten und ein Unternehmen kennenzulernen. Das Verkaufsargument (Unique Selling Proposition) erfahrbar zu machen ist eine grosse Chance der Begegnungskommunikation. Ein Schlüssel dazu sind interaktive Elemente an Ihrem Messe- oder Kongressstand. Dazu zählen Multimedia, Spiele, Multiple-Choice-Befragungen oder ein Quiz. Interaktive Elemente erhöhen die Aufenthaltsdauer und die Intensität der Auseinandersetzung der Besucher mit Ihrer Marke. Interaktive Elemente bilden starke Aufmerksamkeitsreize, um mehr Besucher/innen an Ihren Stand zu bringen. Sie bieten Markeninfotainment und sind eine willkommene Abwechslung zu üblichen Standaktivitäten. Voraussetzung ist eine klare Vorstellung davon, welche Botschaften auf einer Messe vermittelt werden sollen.

In jeder Branche sind bei der Vermarktung eines Produktes die Verkaufsargumente (Unique Selling Proposition) festgelegt. Ihr Produkt ist im Vergleich zur Konkurrenz leicht verschieden, aber es ist anders. Und das ist, was in den Köpfen Ihrer Kunden plaziert werden muss. Wenn Ihr Unternehmen in der pharmazeutischen Industrie tätig ist, kann die interaktive Darstellung Ihrer Produkte darin liegen, die Wirksamkeit eines Medikaments auf spielerische Weise darzustellen. Interaktive Spiele unterstützen den Prozess, komplexe Botschaften so zu vermitteln, dass sie bei Ihren Standbesucher/innen in nachhaltiger Erinnerung bleiben. Traditionelle Marketing-Methoden wie Plakate und Produkt-Videos haben immer noch ihren Platz, können jedoch keinen vertieften Einbezug der Besucher mit Ihrer Marke erzielen. Eine interaktive Lösung kann den Besucher über Ihren Messestand führen und ihn dort festhalten, um die gewünschten Informationen zu vermitteln. Dies kann in Form eines Spiels, einem Quiz oder E-Detailing sein.

E-Detailing ermöglicht Ihrem Verkaufsteam den Zugang zu detaillierten Hilfsmitteln, um aus ihrem Portfolio und allen Produkten vor Ort eine massgeschneiderte Präsentation zu erstellen. So können Fragen des Besuchers beantwortet werden. Das Verkaufsteam ist dann in der Lage die entsprechenden Broschüren und Informationsmaterial direkt via E-mail an den Kunden/in zu versenden.

Interaktive Elemente machen wenig Sinn, wenn keine eindeutig identifizierbare Botschaft bestimmt ist, die an Ihrem Stand kommuniziert werden soll. Spielen um des Spielens willen wäre kontraproduktiv, weil es keine nachhaltige Markenerinnerung schafft und keine Kommunikation mit dem Kunden auslöst. Beispiel dafür ist ein für die Pharma Industrie verwendetes Spiel. Dieses vermittelt



Erfolgsmessung



Infotainment : Spiele mit einer Message

den Unterschied zum Konkurrenz Produkt welches 3 – 4 Dosen pro Tag benötigt, während das ihre mit nur zwei Dosen pro Tag auskommt. Die Tatsache, dass das Produkt eine geringere Dosierung braucht, ist eine wichtige Botschaft. Diese deutet auf eine hohe Wirksamkeit hin und hebt das Produkt von denen der Mitbewerber ab. Die „zweimal täglich“ Aussage und der Vergleich zum Konkurrenz-Produkt ist der einfachste Ausgangspunkt zur Entwicklung eines Spiels. Ein Beispiel, Ihr Spiel verfügt über zwei Runden. In der ersten Runde werden Produkte der Mitbewerber ins Spiel gebracht welche zu einer bestimmten Aktion auffordern. Diese müssen 3 – 4 mal durchgeführt werden und werden nicht mit Punkten belohnt. Punkte können erst in einer zweiten Runde mit Ihrem Produkt erzielt werden. Hier werden bereits nach nur 2 Aktionen Punkte verteilt. Auf diese Weise erreicht der Spieler mit Ihrem Produkt garantiert eine höhere Punktzahl und sie haben so Ihre Botschaft auf eine spielerische Art und Weise vermittelt.

Multimediale, computergesteuerte Technologien sind nicht nur hervorragende Elemente, um den Erlebniswert einer Marke oder

eines Produktes zu erhöhen. Sie können gleichzeitig zur Erfolgsmessung einer Messe- oder Kongressbeteiligung eingesetzt werden. Durch die Auswertung der Multiple-Choice-Fragen in einem Quiz, kann auf einfache Art und Weise herausgeschält werden, was Ihre Kunden wirklich bewegt. Dieses ermöglicht es ihnen zudem, ihre Kunden aufgrund ihrer falschen Antworten zu schulen.

Ist eine interaktive Lösung in Form eines Spiels oder Quiz, an einem Stand eingesetzt worden, kann dies immer zur Erfassung von wichtigen Daten für die Zukunft genutzt werden. Neben aufschlussreichen Informationen für zukünftige Werbekampagnen, erlauben es diese die richtigen Schlüsse in Bezug auf die Darstellung Ihres Unternehmensauftritts an der nächsten Messe zu ziehen. Sie können dadurch die Anzahl der Standbesucher ausloten, die angefragte Informationen in Erfahrung bringen, wie lange sie auf dem Stand verweilen und sie können selbstverständlich die Kontaktinformationen für alle wichtigen Follow-up Calls verwenden.



Es ist nie zu spät ...

... Ihren Event einem Profi zu überlassen. Wir begleiten Sie aus Leidenschaft gern rund um die Uhr, rund um den Globus, rund um Ihre Messen, Veranstaltungen und Tagungen.



IMPACT UNLIMITED

Hubstr. 104 · 9500 Wil · 071 790 00 55 · impactunlimited.com