

Masskommunikation - svårt men viktigt med personliga möten

När jag började jobba med mässor 1999 var det den "nya ekonomin" som gällde. Och många var de olyckskorpar som sa att mässmediet var på utdöende. Varför ska vi träffas fysiskt när vi lika gärna kan ses via Internet?

Åsa Dahlqvist. Memma kommunikation

Internet och mässor hand i hand

Med facit i hand kan vi se att de hade ordentligt fel i sina spådomar. Mässhallarna växer och mässarrangörerna har fullt upp. I stället för att Internet slagit ut mässmediet så har det blivit ett viktigt komplement till mässdeltagandet, vad gäller kommunikation mellan arrangör, sponsorer, besökare och utställare före och efter mässan.

Det personliga mötet allt viktigare

Ju mer globaliserad och internetiserad vår värld blir, desto viktigare blir det personliga mötet. Vi kan sekundsnabbt kommunicera med människor över hela jordklotet, vi överöses med budskap och allt vi gör kan snabbt kopieras av vem som helst i världen.

Här ger de personliga mötena oss möjlighet att verkligen lära känna de personer vi har e-postat med. Genom att träffas "på riktigt" kan vi också berätta om det som annars skulle vara svårt att nå ut med i budskapsbruset. Och det personliga mötet ger även starkare relationer till våra kunder - vilket i sin tur leder till lojalare kunder och bättre lönsamhet.

Mässan, en unik mötesplats

Det finns många platser där du kan fa till personliga möten: förbokade säljmöten, mingel, föreläsningar, events, i butiken ... Det som gör mässan unik som mötesplats är att du kan skapa möten både med personer som du räknat med att du ska träffa och



Åsa Dahlqvist.

med människor som du i vanliga fall aldrig skulle få möjlighet att möta (de som inte brukar ha tid att träffa dig och de som du inte kände till att de existerade).

Ökad efterfrågan på mässutbildning

Allt Rer utställare försöker arbeta mer metodiskt och professionellt med mässor. Det beror på ett förändrat synsätt: mässan är en viktig del av marknadsföringen, inte bara en "kul fest" som man är med på en gång per år. Därför blir också behovet av utbildning i mässdeltagande större bland utställande företag.

Vad är det då de ska lära sig? Det är mycket med det praktiska på en mäs sa, men den absolut viktigaste faktorn för framgång

är att monterpersonalen gör ett bra jobb i mötet med besökarna. Det gäller att de är motiverade och att de känner sig säkra i sin roll. De ska ju gå fram och börja prata med människor som de aldrig träffat förut. De ska kunna sälja utan att blir för "gåpåiga".

Det personliga mötet - ett nytt skolämne?

Att kunna möta och skapa relationer med människor blir en allt viktigare egenskap, inte bara för mässpersonal utan för alla som arbetar med marknadsföring och försäljning. Vi i Sverige är inte de bästa på att inleda samtal med personer vi inte känner. Det här är något som många måste öva sig på för att bli bra och säkra. En del far lära sig det den långa vägen, men varför inte börja träna på det redan på gymnasiet. Kanske ett nytt skolämne?

Memmas tio mässtips för utställare

1. Sätt upp mål med mässdeltagandet. Varför ställer ni ut på mässan? Vilka vill ni träffa och i vilket syfte?
2. Bestäm er för ett tydligt budskap. Vad vill ni att besökarna ska komma i håg efter ett möte i er monter?
3. Var inte en i mängden. Det kan vara allt från en annorlunda inbjudan, oväntad monterlösning eller en minnesvärd aktivitet i montern.
4. Gå tillbaka till era mål när ni ska planera montern. Vilka vill vi träffa? Hur ska mötena se ut? Hur länge ska besökarna stanna?

forts. på nCista sida

5. En akeivirer (tävling, produktdemostrarion, etcetera) i montern är bra både för att locka besökare och för att ge momerpersonalen en konkret uppgift.
6. All momerpersonal skaha sina egna individuella mål med mässan. Säg aldrig "mer" stå i mon tern". Er momerpersonaj ska jobba i montern.
7. Aktivera monrcpersonalen. Om det är tomt i montern, se till arr gå ut och prata med besökare i gången. Det får ni!
8. Utbilda monrcpersonalen i monrera-gerande och säljteknik.
9. Efter mässan måste ni hålla vad ni lovat och följa upp era kontakter. Avsätt tid för uppföljningen.
10. Utvärdera målen. Nådde ni era mål eller inre? Vad berodde det på? Vad bnji lära oss till nästa gång? På så sätt ~an ni göra etrännu bättre mässdeltagapde nästa gång.

D

Om Memma kommunikation

Memmakommunikation drivs av Åsa Dahlqvist, utbildad kommunikator och diplomerad vid Institutet för Högre Reklam och kommunikation (IHR). Hon har tidigare arbetat som informatör, PR-konsult samt generalsekreterare för Fairlink, mässarrangörernas intresseorganisation. Memma kommunikation har som mission att göra företags möten lättare genom utbildning, träning och rådgivning. Det kan gälla mässdeltagande, kundmöten eller mingel. Läs mer på hemsidan: www.memma.se

Det är TUR-mässa i Göteborg 13-16 mars 2008

Finansiering & kalkylering - nu med elev-cd

Finansiering & kalkylering är ett praktiskt allt-i-ett-läromedel. Här får eleven följa några olika företag och deras kalkyleringsproblem. Fakta varvas med uppgifter.

Materialet uppmuntrar till användning av modeller i Excel. Till varje avsnitt finns förslag till modeller som eleven själv kan använda i praktikfallen. Dessa kalkylmodeller finns även på cd:n som hör till nya upplagan av boken, tillsammans med animerade genomgångar av kapitlen (i PowerPoint).

Utförliga lösningar finns i ett separat lösnings häfte, som också innehåller samtliga kalkylmodeller med formler.

Kontakta gärna vår kundtjänst för cirkulationsexemplar:
tfn 046-31 21 DO, fax 046-30 53 38 eller order@studentlitteratur.se

