

3.

MAXIMALISEER JE BEURSDIETNAME

In hoofdstuk twee hebben we ons voorbereid op de beurs. We zijn op zoek gegaan naar de juiste beurs die aanleunt bij ons bedrijf, we hebben doelgroepen gedefinieerd en we weten alvast welke concurrenten er gaan staan en met welke “*value proposition*” we eruit gaan springen.

De klanten zijn op de hoogte van onze deelname. Laat ze maar langskomen op de stand. Het marketingteam heeft deze visueel in orde gebracht en we kunnen er met een zelfzekere houding gaan staan. In dit hoofdstuk, gaan we op de beursstand staan. Nu wordt het mens. We gaan kijken hoe we onze deelname kunnen maximaliseren. Hoe krijgen we het meeste eruit? Hoe persen we de laatste druppel uit deze heerlijke citroen en hoe bekomen we een maximaal rendement?

We gaan je leren hoe je jezelf moet positioneren. Hoe je een gesprek opent met iedere voorbijganger. Hoe je je leads best kwalificeert en ze bijhoudt voor latere opvolging. Het is geen gevorderde wiskunde. Iedereen kan een gesprek starten op de vakbeurs, maar het vereist wel enige vorm van toewijding en *goesting* om er het beste van te maken.

Ontdek in dit hoofdstuk hoe we *de laatste werkdag van de topverko-*
per gaan aanvangen.

DE VAKBEURS IS
DE IDEALE MOMENT OM...

MAILS TE BEANTWOORDEN?

De beurs is niet de plaats om mails te beantwoorden. Voor het budget dat jij of jouw bedrijf spendeert aan de beurs, ga je beter op een sterrenrestaurant je mails beantwoorden.



Het openen van jouw laptop op een beurs is geen goede gewoonte, omdat het een afleiding kan zijn voor potentiële klanten of prospecten. Het kan ook de indruk wekken dat je niet volledig betrokken bent bij het gesprek of niet geïnteresseerd bent in de beurs zelf. Je kan het scherm van je laptop beschouwen als een muur die tussen

jou en je klanten staat. Het is een hindernis die jou belet om je klant aan te spreken, maar ook omgekeerd. De klant zal zich niet uitgenodigd voelen om met jou een praatje te slaan.

Let ook op dat je je laptop niet onbemand laat, want wie weet wordt die nog gestolen ook.

Als je jouw laptop meeneemt omdat je zaken wilt tonen, is het beter om een gedrukte brochure of visitekaartje te hebben om aan potentiële klanten te geven en het laptopgebruik te houden voor vergaderingen of presentaties in een privéomgeving.

Maak alvast een afspraak op de beurs zelf, zodat je toch een keer die presentatie kan doen op een beter moment.

MET COLLEGA'S BIJ TE PRATEN?

We zien vaak dat het op beurzen een goede moment is om met collega's bij te praten. Of dat denkt men toch. Veel vertegenwoordigers hebben elkaar al een tijdje niet gezien omdat ze in andere regio's werken en het is dan comfortabel om even bij te praten en ervaringen te delen. Hoewel een goed contact tussen collega's zeker valt aan te moedigen, is de beursstand niet de goede plek om elkaar te veel aandacht te geven.



Praten met je collega's op een beurs kan de indruk wekken dat je bedrijf niet volledig betrokken is bij de beurs en niet geïnteresseerd is in netwerken met potentiële klanten of prospecten.

Bovendien kan het worden gezien als onprofessioneel en kan het slecht reflecteren op het imago van je bedrijf. Het is beter om je te concentreren op het leggen van contacten en het opbouwen van

relaties met potentiële klanten, in plaats van tijd te besteden aan het praten met collega's.

Je kunt ook pauzes of specifieke tijden inplannen om bij te praten met collega's, maar richt je tijdens de beursuren op de potentiële klanten.

Bedrijven kunnen ook de dag voor de beurs nog eens een bijeenkomst organiseren. Even het salesteam bij elkaar brengen om nog eens de doelstellingen van de beurs te overlopen. Koppel dit eventueel aan een kleine teambuilding of een restaurantbezoek en zo heeft iedereen de kans gehad om elkaar nog eens te spreken voordat ze aan de beurs starten.

JE STAND ONBEMAND TE LATEN?

Het onbemand laten van jouw stand op een beurs is een jammere zaak, omdat het opnieuw de indruk kan wekken dat jouw bedrijf niet volledig betrokken is bij de beurs. Het kan het ook moeilijk maken voor potentiële klanten om informatie te krijgen of vragen te stellen over jouw producten of diensten.



Het is beter om altijd ten minste één vertegenwoordiger op de stand te hebben tijdens de beursuren om ervoor te zorgen dat potentiële klanten de informatie kunnen krijgen die ze nodig hebben en om relaties met hen op te bouwen. Of althans het eerste contact.

Op sommige beurzen is het niet ongewoon om een onbemande stand te hebben. Bijvoorbeeld wanneer de standhouder op een lezing of presentatie moet zijn tijdens de beurs. In zo'n geval kan je een bordje plaatsen met "Standhouder terug om X uur". Het is in dergeli-

jke gevallen wel altijd wenselijk om een back-up collega te hebben die de stand kan bemannen. Er zijn uiteraard uitzonderingen. Men moet van een kleine éénmanszaak met een klein budget ook niet altijd verwachten dat die er met personeel staat. Maar probeer toch jouw aanwezigheid te maximaliseren.

TE LUNCHEN?

Eten op de stand op een beurs is geen goede gewoonte omdat het een rommelige en onprofessionele indruk kan creëren. Kruimelen of morsen kan zelfs insecten of ongedierte aantrekken en de geur van voedsel kan onaangenaam zijn voor potentiële klanten of klanten. Bovendien kan het worden gezien als onprofessioneel en ken het imago van het bedrijf schaden. Het is beter om pauzes of maaltijden weg van de stand te plannen, of op zijn minst een aangewezen ruimte te hebben om te eten, waar klanten niet worden beïnvloed door de geur of het zicht van voedsel.



Eten aan de stand kan ook gezien worden als gebrek aan respect voor de beurs en haar bezoekers.

Nog een kleine tip: Heb je op de middag je lunchpauze gehad, zorg dan dat je frisse muntjes bij je hebt. Niets zo onaangenaam als een verkoper die een geurwalm met zich meedraagt.

TELEFOONTJES TE DOEN?

Bellen op de beursstand is not done.

Maak jezelf niets wijs, je bent niet *druk, druk, druk* bezig. Het toont gewoon aan dat je niet betrokken bent bij de beurs. Hierdoor verlies je jouw waardevolle tijd met potentiële klanten.



Daarbovenop wordt je met je telefoontjes afgeleid van de hoofdzaak van je beursdeelname en dat is netwerken en klanten werven. Je hersenen hebben bij iedere afleiding opnieuw wat tijd nodig om zich te herfocussen, dus je wordt uit je element gebracht.

Het is beter om telefoongesprekken te plannen tijdens pauzes of in een aangewezen privéruimte, weg van de stand, zodat je je kunt concentreren op netwerken en het opbouwen van relaties met potentiële klanten terwijl je op de beurs bent.

DE IDEALE MOMENT OM KLANTEN TE WERVEN... MAAR HOE?

Het verbaast me telkens weer hoe weinig ik word aangesproken op een vakbeurs. Soms maak ik er een sport van om een keer een rondje te gaan wandelen op zoek om aangesproken te worden. Een beetje de mystery guest spelen. Het klinkt misschien drastisch weinig, maar het is de realiteit... Vaak spreekt men me nul keer aan. Nul keer.



Dan duw ik wat verder door en maak ik een tweede rondje. Dan ga ik voor de beursstand staan. Ik probeer wat geïnteresseerd te kijken en raak eens wat producten aan. Nog steeds weinig reacties te detecteren. Je ziet de standhouder vaak wel even kijken, maar niet de reflex maken om me aan te spreken. Verbazingwekkend hoe weinig interesse men soms heeft om te verkopen. En dat op de vakbeurs, de hoogmis van de verkoop.

Slechts 6% van de standhouders op de beurs gelooft dat ze leads zullen laten converteren. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de activiteit op vele stands laag ligt. Zéér laag. Maar wat als jij er beter kan uitkomen dan je concurrenten? Wat is dan de uitkomst van de vakbeurs? Hoe resoneert dat met jouw bedrijfsdoelstellingen?

Laat ons even kijken hoe het beter kan.

6%
VAN UW CONCURRENTEN
GELDOFT DAT ZE LEADS VAN DE
BEURS ZULLEN LATEN
CONVERTEREN