

MILANO ACTIVE TRACK

Messekommunikation der Zukunft

Ein innovatives Modul zur gezielten Steuerung Ihrer
Messebesucher vor, während und nach der Messe

Ihre Ansprechpartner bei Quasar Communications:

Andreas Leonhard	(06 11/1 88 87-11)	al@q-com.de
Stefan Zipperer	(089/24 21 59-25)	sz@q-com.de

Quasar Communications GmbH
Friedrich-Bergius-Straße 15 - 17
65203 Wiesbaden

www.quasar-communications.de

Kurzfassung

Was ist MILANO Active Track?

Eine von Quasar entwickelte Kundenmanagement-Software zur Steuerung und Nachverfolgung von Messeaktivitäten. Genutzt werden klassische und moderne Kommunikation wie Print, E-Mail, SMS und Internet. Alle rund um die Messe entstehenden Daten werden vernetzt, ausgewertet und für eine sinnvolle Nachbearbeitung nutzbar gemacht. Eingebettet in ein Gesamtkonzept kommunizieren Sie effektiv vor, während und nach der Messe mit Ihren Messegästen.

Was sind die Ziele von MILANO Active Track?

- => Nachhaltige Kommunikation mit den Messebesuchern
- => Gezielte Steuerung der Messebesucher zum und über den Messestand
- => Gezielte Informationsvermittlung vor, während und nach Messe gemäß den individuellen Bedürfnissen jedes einzelnen Teilnehmers

Welchen Nutzen haben die Teilnehmer?

- => Gefühl der individuellen Betreuung durch den Aussteller
- => Gezielte Hinführung zu ihren individuellen Informationsbedürfnissen
- => Möglichkeit für das Einholen von Informationen Bonuspunkte und Prämien zu sammeln

Welchen Nutzen hat der Veranstalter?

- => 100% zufriedene Messebesucher
- => Geringe Streuverluste der Informationen
- => Stetige und nachhaltige Kommunikation mit dem Messebesucher
- => Starke Kundenbindung, die im Rahmen des normalen Messegeschäfts entsteht und auf einer soliden Basis weiterentwickelt werden kann
- => Effizienzkontrolle durch umfassende Messereports

02

Hintergrund

Ein gut geplanter Messeauftritt sollte heute mehr denn je im Zeichen des intensiven Dialogs mit bestehenden und potenziellen Kunden stehen.

Die Zeit, die Aufmerksamkeit und die Bereitschaft zum Dialog sind die wichtigsten Ressourcen, die der Besucher auf die Messe mitbringt. Diese Ressourcen wollen alle Aussteller gleichzeitig von ihm schöpfen. Dadurch entsteht für den Messebesucher sehr schnell eine Reizüberflutung und eine unübersichtliche Informationsflut.

Nur wer sich durch gezielt individuelle, bedürfnisorientierte und nachhaltige Informationsvermittlung von seinen Wettbewerbern abhebt, kann sich der Aufmerksamkeit des Messebesuchers (interessante und innovative Produkte vorausgesetzt) sicher sein.

Daraus folgt:

- Messekommunikation der Zukunft muss das Individuum ansprechen.
- Der Messebesucher muss nachhaltig angesprochen werden.
- Die Informationsvermittlung muss seinen individuellen Bedürfnissen entsprechen.
- Gelernte Instrumente wie Bonuspunkte oder Coupons wirken - richtig konzipiert und eingesetzt - auch auf der Messe.
- Nur durch eine stringent durchgeführte Kommunikationslinie, die vor der Messe beginnt und bis nach der Messe weitergeführt wird, entsteht dauerhafte Kundenbindung.
- Messebesucher investieren nur dort ihre Zeit, wo sie ein glaubhaftes Nutzenversprechen erhalten und dieses auch eingelöst wird.
- Starke Messekommunikation entsteht durch den Dialog mit dem Besucher.

MILANO Active Track

Prozessbeispiel inkl. Bonussystem in 10 Phasen

1. Phase

Ihre Kundendaten werden in MILANO importiert (z. B. aus Outlook oder einer Excel-Liste). Texte für Einladungen werden in MILANO eingegeben.

2. Phase

MILANO ordnet jedem Kunden eine eigene ID zu und versendet die Einladungen personalisiert via Lettershop, E-Mail, Fax oder SMS - was immer Sie möchten. Der Einladung beigefügt ist eine kurze, einfache Erläuterung zum Bonussystem.

3. Phase

Der Kunde meldet sich mit seiner ID auf die Einladung zurück (via Fax, E-Mail oder Internet), gibt evtl. eine Änderung seiner Daten durch und macht einen Termin für die Messe aus.

MILANO entwickelt vollautomatisch aus diesen Daten Ihre Datenbank für den Messeauftritt und legt die entsprechenden Stammdaten an.

Für die Rückmeldung erhält der Kunde bereits Bonuspunkte.

4. Phase

Vor der Messe erhält der Kunde einen oder mehrere Reminder, die automatisch aus MILANO generiert werden. Hier werden nun die individuellen Bedürfnisse und Wünsche des Kunden abgefragt. Für seine Rückmeldungen zu den Remindern erhält der Teilnehmer weitere Bonuspunkte.

Alle Daten fließen automatisch in MILANO ein und werden dort verwaltet.

5. Phase

Der Kunde checkt auf dem Messestand mit seiner ID ein (z. B. am dafür eingerichteten, personell besetzten Counter oder an einem Info-Terminal). Hat er seine ID vergessen, ist das auch kein Problem - die Daten können über andere Wege abgerufen werden.

Sobald sich der Besucher auf dem Stand eingechekkt hat, werden über MILANO seine kompletten Stammdaten abgerufen und liegen nun der Hostess, dem AD-Mitarbeiter oder dem Produktberater vor. Der Kunde erhält außerdem für das Erscheinen auf dem Messestand Punkte auf seinem Bonuskonto.

6. Phase

Die Produktpräsentation gemäß den individuellen Bedürfnissen des Kunden kann beginnen. Je nach Größe des Messestandes bzw. Art der Messe geschieht dies persönlich über den Produktberater, der mit allen relevanten Daten bestückt ist oder über Infoterminals, die mittels MILANO den Kunden persönlich begrüßen und die Präsentation gemäß seinen im Vorfeld ermittelten Wünschen abfahren.

Je mehr Informationen der Kunde an einem oder mehreren Terminals abrufen umso mehr Bonuspunkte erhält er auf sein Konto.

Auch bei vollautomatischer Informationsvermittlung kann ein Produktberater jederzeit einspringen und sich die entsprechenden Daten abrufen.

MILANO speichert vollautomatisch alle Prozesse, die der Kunde auf dem Messestand durchläuft, inkl. aller Informationen, die er abrufen. Alle diese Daten werden automatisch in die Messedatenbank eingespeist und den individuellen Stammdaten des Besuchers zugeordnet.

7. Phase

Verlässt der Kunde den Stand, checkt er wiederum mit seiner ID aus.

Dies kann persönlich erfolgen und der Ansprechpartner gibt das Check-Out z. B. manuell in seinen PDA ein, der mit MILANO verbunden ist, oder es geschieht an einem der Terminals. Beim Check-Out erhält der Kunde seinen Kontoauszug und kann nun entweder direkt auf der Messe oder im Rahmen der Nachbereitung der Messe seine Prämie für den Messestandbesuch erhalten.

8. Phase

Einige Minuten nach dem Check-Out erhält der Kunde eine Dankes-SMS auf sein Handy (oder am nächsten Tag eine entsprechende eMail) - automatisch über das MILANO Active Track.

Unsere für Sie eingerichtete Aktionszentrale sendet dem Kunden dann beispielsweise die gewünschten Unterlagen postalisch zu. Niemand trägt schließlich gerne Berge von Informationen von der Messe mit nach Hause.



Quasar
Communications

Events & Exhibitions
Incentives
Loyalty-Systems
Promotions

9. Phase

Schon am Abend des letzten Messtages kann der Außendienst die kompletten Reports über den Standbesuch jedes einzelnen Kunden erhalten inkl. folgender Daten:

- wann, wie oft und wie lange war der Kunde auf dem Messestand
- wer war(en) sein(e) Ansprechpartner
- für welche Informationen/Produkte hat er sich interessiert und welche Informationen hat er zu diesen Produkten abgerufen
- wie lange hat er sich mit welchem Produkt beschäftigt

Auch Tagesreports und Auswertungen während der Messe sind natürlich möglich, um z. B. noch vor Ort auf die mehrheitlichen Bedürfnisse der Kunden reagieren zu können.

10. Phase

Die komplette Nachbereitung der Messe durch den Vertrieb erfolgt ebenfalls mit MILANO Active Track (via Mailing, E-Mail, Fax oder SMS).

Jede einzelne Kontaktaufnahme nach der Messe ist weiterhin individuell und kann den entsprechenden Bedürfnissen des Kunden vollautomatisch angepasst werden.

=> Das Bonussystem ist optional.

=> Es müssen nicht alle Phasen in die Messekommunikation integriert werden. Wir kreieren für Sie ein individuelles Konzept, maßgeschneidert auf Ihren Messeauftritt. Dementsprechend werden einzelne oder alle Bausteine von MILANO Active Track zusammengesetzt und realisiert.

Angebissen?

Gerne informieren wir Sie in einem ausführlichen Gespräch über die detaillierten und vielfältigen Möglichkeiten der Messekommunikation mit MILANO Active Track.

Ihr Ansprechpartner:

Andreas Leonhard

Tel. 0611/18887-11

al@q-com.de