

## 5 |

# *De juiste m/v op de juiste plaats*



### *Interactiemodellen op de stand*

De stand is de plek waar bezoekersmotivatie, standfuncties en exposantendoelstellingen elkaar ontmoeten. Om er een vruchtbare ontmoeting van te maken, moeten de drie met elkaar compatibel zijn. De drijfveren van een bezoeker kunnen heel erg verschillen van die van een standmedewerker. Interactiemodellen geven aan welke combinaties tot een vruchtbaar resultaat kunnen leiden:

- Verkopen
- Leren
- Introduceren
- Luisteren
- Onthalen
- Animeren

## Verkopen:

Verkopen betekent: snel en efficiënt te achterhalen wat de bezoeker wil en hoe het eigen pakket diensten en producten daar kan op inspelen. Dit interactiemodel is gericht op concrete resultaten en een snelle valorisatie van het contact. Ook wanneer de aard van de producten of diensten een ingewikkeld en langdurig aankoopproces vergen, blijft dit soort interactie doelgericht: een afspraak na de beurs, de vraag om een gedetailleerde offerte op te maken, een datum voor een bedrijfsbezoek...

De standmedewerker die in dit interactiemodel goed functioneert, blinkt vaak uit door zijn energie. Het laatste uur vliegt hij er nog net zo hard in als tijdens de eerste beursdag. Daardoor is hij de perfecte

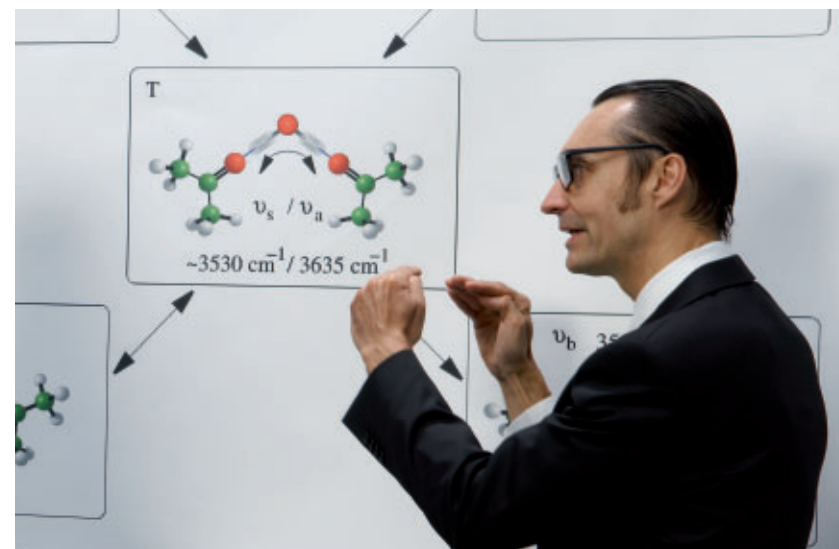
gangmaker voor veel andere medewerkers. Hij geeft het ritme aan en dwingt door zijn enthousiasme de anderen om hem te volgen.

Soms speelt zijn gedrevenheid de verkoper parten. Niet alle bezoekers komen op de stand met aankoopintenties. Sommigen willen gewoon even rondkijken of zoeken een antwoord op een specifieke vraag. De verkoper blijft tijdens het standgesprek doof en blind voor de signalen die bezoekers geven. Van zodra hij merkt dat er bij de bezoeker geen koopintenties zijn, is de verkoper geneigd los te laten. Daardoor doet hij onrecht aan andere drijfveren die de bezoekers kunnen hebben om de stand op te lopen en geeft hij hen uiteindelijk een onbevredigd gevoel.

Verkopers zijn onmisbaar om op de stand meetbare resultaten te genereren: aantal gesprekken, offerteaanvragen, bestellingen, contracten...



## Leren:



De leermeester is het ideale klankbord van bezoekers die naar de beurs komen om een antwoord te vinden op specifieke vragen.

In het interactiemodel leren kan de exposerende firma haar kennis en knowhow delen met bezoekers. Dat veronderstelt pedagogische kwaliteiten: complexe materies moeten op een eenvoudige en aanschouwelijke manier uitgelegd worden. Anderzijds moet je 'abstracte' vragen van bezoekers kunnen hertalen en er een concreet antwoord op geven. Het leermodel biedt unieke mogelijkheden om op de beursstand een breed veld geïnteresseerden met innovaties kennis te laten maken.

De leerfunctie is bijzonder aantrekkelijk voor bezoekers die met kennisgeoriënteerde drijfveren de beurs bezoeken. Dankzij uw deskundigheid

spreekt u met autoriteit. Op die manier draagt u bij aan de uitstraling van uw organisatie.

De achilleshiel van de leermeester is zijn gerichtheid op (de eigen) producten. Mensen bezoeken een beurs niet alleen om kennis te maken met nieuwe producten en diensten. Ze hebben ook sociale drijfveren: ze willen links en rechts een praatje slaan. Vaak mangelt het de leermeester aan empathisch vermogen: hij vertoont weinig belangstelling voor wat er in de bezoeker omgaat en komt daardoor soms koel en afstandelijk over. Ook het relativeringsvermogen van de leermeester mag beslist wat hoger. Hoe professioneel ook, een beursbezoek is altijd ook een dagje uit.

## Introduceren:



Zaken doen is vraag en aanbod samen brengen. Door mensen bij weer andere mensen te introduceren, ontstaan vaak verrassende combinaties.

Op de beurs - en elders in het zakenleven - draait alles om mensen. In het interactiemodel Introduceren wordt optimaal ingespeeld op het belang van persoonlijke contacten. De exposerende firma speelt de rol van makelaar; de stand is een pleisterplaats waar mensen blijven rondhangen omdat ze weten dat er veel interessante mensen over de vloer kunnen komen.

De makelaarsfunctie veronderstelt dat uw aanpak bij een grote groep mensen onmiddellijk in de smaak valt en op een bijna intuïtieve manier een brug slaat tussen mensen die elkaar niet of nauwelijks kennen.

Makelaartypes hebben het wel eens lastig met algemene deelnamedoelstellingen en met de hen opgelegde individuele doelstellingen. In het ergste geval hebben ze een agenda die heel erg afwijkt van uw agenda.

Het makelaartype moet behoed worden voor Einzelgängerei. Dat lukt het best door hen onder te brengen in kleine teams waarin ook diverse andere competenties vertegenwoordigd zijn. Lukt dit niet, dan kunt u het makelaartype eventueel een taak geven buiten de eerste linie van de stand, bijvoorbeeld om na een lezing de toehoorders op te vangen.

## Luisteren:

Voorals vakbeurzen vormen een uniek kristallisatiemoment voor de markt die ze bedienen. Nergens anders is de concentratie - in de tijd en in de ruimte - van belangrijke spelers groter. De stand is dan ook een uitstekende luisterpost om te weten te komen wat er in de markt leeft, hoe er tegen uw producten of diensten aan gekeken wordt en in welke richting de branche evolueert.

In het interactiemodel Luisteren verhouden de standmedewerker en de bezoeker zich als biechtvader en boeteling. De standmedewerker vangt allerlei signalen op, speelt ze door aan beslissingscentra en draagt op die manier

bij aan de business intelligence van uw organisatie.

Het grootste probleem met biechtvader-typen is dat hun rendement moeilijk meetbaar is. Er is geduld en tijd voor nodig om waardevolle informatie uit mensen te puren en ondertussen tikken de - dure - beursminuten genadeloos weg. In de ogen van zijn collega's zit de biechtvader maar wat te kletsen. Soms hebben ze gelijk: doelgericht handelen en dat ook een hele poos volhouden, is niet altijd even makkelijk. Wanneer de biechtvader zijn focus verliest, ontaarden zijn gesprekken in oeverloos gezwam waar niemand iets aan heeft.



Door aan een beursdeel te nemen verhoogt u de business intelligence van uw onderneming. Biechtvaders zorgen ervoor dat de interessante markt informatie ingewonnen wordt.

## Onthalen:



Beersucces staat of valt met aangename contacten. De gastheren zorgen ervoor dat iedere bezoeker zich welkom en gewaardeerd voelt.

Het interactiemodel Onthalen is in eerste instantie van toepassing op bestaande contacten. Beursbezoekers zijn immers altijd ook een beetje op zoek naar erkenning door mensen met wie ze reeds een of andere relatie hebben. In dit model treedt de exposerende organisatie naar voren als gastheer. In dit model fungeert een deel van de standmedewerkers als gastheer of gastvrouw: mensen een goed gevoel geven is hun belangrijkste opdracht.

Gastheertypes begrijpen zeer goed dat bezoekers – hoe professioneel ze hun beursbezoek ook aanpakken – ook altijd een dagje uit zijn. Ze weten hoe ze bezoekers moeten verwennen en

zorgen er op die manier voor dat ze zich hun bezoek aan de stand nog lang herinneren.

Gastheren worden snel overijverig. Ze begrijpen niet dat de cateringfunctie van de stand ondergeschikt is aan andere, meer commerciële doelstellingen. Het hapje en het drankje zijn er om bezoekers te 'parkeren', zodat de standmedewerkers de handen vrij hebben om weer nieuwe contacten aan te knopen. In het ergste geval blijven ze ook lang na beurstijd hun rol volhouden en wordt er met de collega's een feestje gebouwd dat uitloopt. De gevolgen daarvan laten zich meestal de volgende dag gevoelen.

## Animeren:



Op de stand probeert u producten en diensten op een prikkelende, visueel aantrekkelijke manier te presenteren. Showmen zorgen ervoor dat de presentatie tot leven komt.

Het interactiemodel Animeren zorgt voor een levendige aanwezigheid en heeft slechts één prioriteit: aandacht trekken. Geboren demonstrateurs en showmen voelen zich het best thuis in dit model: ze houden ervan dat mensen

naar hen kijken en luisteren. Door hun aanwezigheid verhogen ze de stopping power van de stand en zorgen ze ervoor dat niemand u onopgemerkt voorbij loopt. Daardoor maximaliseren ze het aantal kansen om een eerste contact te leggen.

Model\Talent	Productkennis	Empathie	Sociaal	Extravert	Systematisch
Verkopen	★★★	★★★	★★	★★★	★★
Leren	★★★	★★	★★	★★	★★★
Introduceren	★	★	★★★	★★★	★
Luisteren	★	★★	★★	★★	★
Onthalen	★	★★	★★	★★	★
Animeren	★★	★	★★★	★★★	★★

★ minder belangrijk    ★★ belangrijk    ★★★ uiterst belangrijk