

Tips voor promotie en een optimale beurspresentatie op Vakdag Fondsenwerving

Helder beeld – heldere communicatie

Zorg dat je een helder beeld hebt van wat je op de dag wilt communiceren en stem daar zowel de inrichting van de stand als het verhaal van de standbezetting op af. Natuurlijk is het vinden van nieuwe klanten heel belangrijk. Maar vergeet niet dat je omzet voor honderd procent afkomstig is van je huidige klanten. En dat in het algemeen het merendeel van de groei van die omzet ook afkomstig is van de bestaande klanten. Daarom: wees scherp op potentiële nieuwe prospects, maar pak ook de gelegenheid om even bij te praten met de huidige klanten. Het zou heel wat meer tijd kosten dan die ene dag om ze allemaal te bezoeken. En naast goede producten, diensten en service willen klanten ook gewoon aandacht.

Blij kijken

Wacht niet tot de bezoekers 'binnenkomen', maar benader ze actief, zonder opdringerig te zijn. Probeer een beetje 'blij te kijken.' Dat maakt het voor de bezoekers gemakkelijker om op hun beurt jou aan te spreken.

Ambassadeurs

Sommige enthousiaste klanten kunnen je beste ambassadeurs zijn. Heb je er een die een paar uur bij je in stand wil staan? Doen!!

Geen ervaring

Neem gerust een nieuwe collega mee: zo'n beurs is een ideale gelegenheid om ervaring op te doen in het klantcontact. Wel regelmatig tussentijds even kort evalueren en zonodig bijsturen/

Er (niet op) uit

Blijf niet in je stand zitten maar zet die paar stappen naar buiten. Dat nodigt uit tot contactmomenten. We hebben wel een paar spelregels om irritatie bij de standhouders te voorkomen. Het laten rondlopen van promotieteams op de beursvloer is niet toegestaan. Het ophangen van reclame-uitingen buiten de stand of het plaatsen van wegwijzers kan alleen nadat daarover afspraken zijn gemaakt met de Vakdagorganisatie.

Agressie

Agressieve verkoop past volgens ons niet goed in onze doelgroep. Natuurlijk sta je daar om je producten of diensten te promoten en uiteindelijk ook te verkopen. Maar laat vooral merken dat je kennis van zaken hebt. Want niet alleen je product of dienst, maar vooral je kennis van zaken kan voor de potentiële klant een belangrijke afweging zijn om zaken met je te doen. Onderschat wat dat betreft het effect van enthousiasme niet: enthousiast over je eigen product of dienst (zonder te overdrijven) en enthousiast over het werken in onze prachtige sector. En probeer meer naar de (potentiële) klant te luisteren dan tegen hem of haar te praten.

Isolatie

Natuurlijk moet je beursdeelname deel uitmaken van je algehele marketingstrategie; het moet niet een geïsoleerde aanpak zijn. Maak dat in de aankleding van de stand zichtbaar.

Nieuw product of dienst

Natuurlijk is zo'n infomarkt een uitgelezen kans om de aandacht te vestigen op een nieuw product of een nieuwe dienst. Dat biedt ook een prima gelegenheid om de eigen klanten en prospects met de voorinformatie daarop te wijzen.

Weggevertjes

Premiums zijn nog altijd een handig hulpmiddel bij het maken van contact. Probeer wel een relatie te leggen tussen het weggevertje en je product of dienst. Ze kunnen ook een goede aanleiding zijn om klanten en prospects van tevoren te vragen om langs te komen: "We hebben iets voor je liggen in de stand. Loop als je een moment hebt even bij ons binnen."

Drinks en food

Het past uitstekend in een goede standopzet: een kopje koffie weggeven of iets eetbaars. Maar voor het in de stands verstrekken van voedsel, koffie, fris e.d. geldt conform de voorwaarden van De Kuip, dat dit uitsluitend mag na toestemming vooraf van de Vakdagorganisatie en alles moet geregeld worden via De Kuip.

Mail hierover met jaap@fondsenwerving.nl.

Website

Lang niet iedereen doet het. Maar een groeiende groep doet het wel: de dag voorbereiden, bijvoorbeeld door naar de websites te gaan van de standhouders die ze willen bezoeken. Zorg daarom dat op je website de dag gemakkelijk te vinden is en dat je daar communiceert waarom je op de beurs staat en wat je er te bieden hebt. Helemaal handig is natuurlijk het webverkeer te analyseren, zodat je voor de VakdagFW18 al weet wie er interesse hebben in wat je hen te bieden hebt.

Na afloop

Natuurlijk kiest iedereen zijn eigen benadering. Maar het is natuurlijk hoe dan ook zaak om na afloop te proberen van de leads prospects te maken en uiteindelijk klanten. De beste benadering is persoonlijk. Zo is een persoonlijke e-mail waarin kort wordt gerefereerd aan het gesprek en de persoon bedankt wordt voor zijn of haar belangstelling een krachtige start.

Wat we afraden is iedereen die zich in de stand heeft gemeld met een algemene bulkmail te benaderen of te bedanken. Vooral in de dagen na de beurs komt dat nogal eens voor, wat dan in de praktijk neerkomt om een e-mailbombardement, dat dan al snel zijn doel voorbijschiet. Wij denken dat een rustige, maar wel structurele aanpak beter rendeert.

Tenslotte

We hopen dat het vooral een succesvolle dag wordt. Maar we hopen ook dat het een hele prettige dag wordt voor alle aanwezigen.

Veel succes met de verdere voorbereiding,

namens het hele Vakdagteam

Jaap Zeekant – 0653 205 255 en jaap@fondsenwerving.nl