



MITEN
KOHDATA
ASIAKAS?

10

VINKKIÄ
MESSUILLE

- » **Päätä tavoitteet,** miksi messuille lähdetään
- » **Kiteytä pääviesti,** johon messuosallistuminen tarjoaa ratkaisun
- » **Valitse messutiimiin** vain esiintymiskykyisiä ja -haluisia
- » **Älä pakota** ketään messuosastolle
- » **Varmista** esittelijän sosiaaliset taidot
- » **Varo** täysin ulkopuolisten esittelijöiden käyttöä, pikakoulutus riittää harvoin
- » **Muista,** että paras myyjä ei aina ole paras messuilla
- » **Varmista,** että jokainen ymmärtää, mistä messuilla on kysymys
- » **Reagoi** jokaiseen osastolle tulevaan asiakkaaseen
- » **Muista hymy,** tervehtiminen ja esittäytyminen

Kohtaa kävijä!

Esittelijän ja messuvieraan kohtaamisesta syntyy ensivaikutelma, kuinka uskottava, kiinnostava ja houkutteleva näytteilleasettaja on messuvieraan silmin. Silloin esittelijän osaaminen, asenne ja koko olemus ovat ratkaisevia. Jos kohtaaminen messuvieraan kanssa epäonnistuu, ensivaikutelman muuttaminen myöhemmin on haastavaa.

Messuvastaava on paljon vartijana

Osastolla täytyy olla yksi vastuullinen tiiminvetäjä, jolla on valtuudet johtaa messuosallistumista. Hänen tehtävänsä on välittää tiimille messuinvestoinnin tavoitteet, käytettävät ydinviestit ja osastokäyttämisen pelisäännöt. Messutiimin vetäjä huolehtii esittelijöiden perehdyttämisestä, vaikka he olisivat kuinka kokeneita tahansa. Hän myös vastaa, että osastolla on aina oikea määrä väkeä ja jokainen pääsee vuorolleen tauolle.

Messutiimi syntyy vapaaehtoisista

Jokaisen messutiimissä täytyy olla esiintymiskykyinen ja -haluinen. Ketään ei saa pakottaa messuille. Paha virhe on tuoda esittelijäksi henkilö, joka olemuksellaan viestii, ettei halua olla paikalla. Sanaton viestintä on tehokas väline niin hyvässä kuin pahassakin. Tulkitsemme toisiamme sanattomien viestien kautta. Jos puhe ja sanaton viestintä ovat ristiriidassa, meidät tulkitaan sanattomien kautta.

Messutiimiä kokoavan kannattaa kysyä kaikilta erikseen ennen messuille lähtöä: "haluatko mukaan ja oletko aidosti sitoutunut messutavoitteiden saavuttamiseen?".

Messuvalmisteluissa kannattaa varata aikaa ja voimavaroja esittelijöiden valintaan ja valmentamiseen. Ne ovat onnistumisen kannalta avainasioita. Jokainen epäonnistunut kohtaaminen on menetetty mahdollisuus,

joka vaikuttaa näytteilleasettajan koko yrityskuvaan.

Tavoitteet ja perusviesti kirkkaana mielessä

Kun näytteilleasettaja on koonnut messutiimin, heidät on huolella perehdytettävä tavoitteisiin ja ydinviesteihin, mitä kävijälle halutaan kertoa. Perusviestejä voi olla korkeintaan kaksi ja niitä tukevia sivuviestejä muutama. Tavoitteet ja perusviestit antavat suunnan koko messuosallistumiselle.

Jokaisen esittelijän on hallittava vähintään perusasiat yrityksestä, tuotteista tai palveluista. Kaikkien ei tarvitse tietää kaikkea. Riittää, että osastolla on niin monipuolista osaamista, että vastaus löytyy tarvittaessa mihin tahansa kysymykseen. Vielä juuri ennen messuja on aiheellista kerrata tavoitteet ja keinot, joilla niihin päästään.

Tarvitaan sosiaalista taituruutta

Messuosastolla kävijä ja esittelijä kohtaavat toisensa konkreettisesti kasvokkain. Esittelijällä ei ole tukenaan yrityksen toimipaikkaa,

omaa työpöytää tai asemaa omissa organisaatioissaan. Messuvierasta harvoin kiinnostaa, kuka esittelijöistä on myyntijohtaja ja kuka myyntiassistentti. Ratkaisevaa on se, millaisen mielikuvan esittelijä synnyttää muutaman kymmenen sekunnin aikana.

Messuilla esittelijä on ei-kenenkään maalla. Se korostaa esittelijän henkilökohtaisia ominaisuuksia ja osaamista. Jos henkilö on huippumyyjä, se ei tarkoita, että myyjän ominaisuudet olisivat ne, joilla onnistutaan messuilla. Osastolla tarvitaan nopeaa ja herkkää tilannetajua, kykyä tulkita messukävijää ja taitoa toimia erilaisten kävijöiden kanssa juuri oikealla tavalla. Tämä korostaa hyviä vuorovaikutustaitoja.

Esittelijä ei ole esiintyjä

Messuille ei tulla esiintymään, vaan esittelemään. Esittelijän tulee oman persoonansa kautta olla mielenkiintoinen ja välittää tietoa tuotteista, palvelusta tai yrityksestä. Oma persoona on väline, jolla yrityksen messutavoitetta toteutetaan. Esittelijän tehtävä ei ole henkilökohtainen show, vaan työ-

tä, jossa edetään kohti messutavoitteen saavuttamista.

Jokainen kävijä on osattava ottaa oikealla tavalla vastaan. Muutamassa sekunnissa on oivallettava, mistä kävijä on kiinnostunut ja miten juuri hänen kanssaan keskustellaan. Ulkoa opetellut vuorosanat johtavat epäonnistumiseen. Vaatii ammattitaitoa kohdata suuri määrä ihmisiä jokaisena messupäivänä siten, että esittelijästä jää jokaiselle messukävijälle uskottava ja positiivinen mielikuva.

Älä polta tiimiä loppuun

Työ messuosastolla on raskasta niin fyysisesti kuin henkisesti. Tämän takia työ pitää jaksottaa siten, että jokaisella on vähintään parin tunnin välein mahdollisuus taukoon. Kukaan ei jaksata tavata ihmisiä neljää tuntia yhtäjaksoisesti. Jos näyttää, ettei voida pitää riittävästi taukoja, ratkaisu on lisätä esittelijöiden määrää, ei se, että venytetään esittelijöiden jaksaminen äärrajoihin.

Messujen jälkeen on jälkiarvioinnin vuoro. Esittelijöitä voidaan esimerkiksi arvioida sen mukaan, miten hyvin kukin toimi yhteisen messutavoitteen saavuttamiseksi ja miten yhteisten pelinsääntöjen noudattaminen osastolla onnistui. Sen jälkeen on vuorossa aloittaa seuraavien messujen valmistelu, ja tehdä asiat jälleen hieman paremmin.

Lähde: Jukka Oresto
Paidea Oy, Lahden Ammattikorkeakoulu

HYMYILE,
TERVEHDI, ESITTÄYDY!