

## Checkliste Messegespräch Technikmärkte, kompakt

### 1) Vorbereitung, bevor der Messetag startet

- Zielkunden definieren, A Kunden zuerst
- 2 bis 3 Fokus Themen festlegen, die Sie aktiv ansprechen wollen
- Gesprächsziel klären: Termin, Muster, Angebot, Workshop, Kontakt zum Entscheider
- Zuständigkeiten am Stand festlegen: Ansprecher, Fachberater, Abschluss, Dokumentation
- Digitale Erfassung prüfen: App, QR-Code, Visitenkarten Scan, CRM-Verbindung

### 2) Einstieg am Stand, die ersten 15 Sekunden

- Blickkontakt, offene Haltung, nicht überfallen
- Einstiegssatz bereit haben, z. B.:  
„Schön, dass Sie da sind. Kennen Sie uns schon oder ist es unser erster Kontakt?“
- Kein „Kann ich helfen?“
- Name und Funktion kurz nennen, Name des Gegenübers aktiv verwenden

### 3) Qualifizieren, schnell entscheiden, ob es A, B oder C ist

- Rolle klären: Anwender, Einflussnehmer, Entscheider, Einkauf, Projektleitung
- Projektstatus: Idee, Anfrage, Spezifikation, Anbieter Vergleich, Umsetzung
- Dringlichkeit: jetzt, 3 Monate, 12 Monate, unklar
- Budgetrahmen oder Entscheidungslogik erfragen, soweit möglich
- Priorität festlegen, direkt notieren

### 4) Fragen, die in Technikmärkten funktionieren

- „Worum geht es bei Ihnen gerade konkret?“
- „Was soll am Ende besser laufen als heute?“
- „Wo hakt es aktuell, Qualität, Zeit, Kosten, Verfügbarkeit, Risiko?“
- „Welche Anforderungen sind gesetzt, welche sind verhandelbar?“
- „Wer entscheidet am Ende mit?“
- „Woran würden Sie merken, dass die Lösung wirklich passt?“

### 5) Präsentieren, ohne Produktvortrag

- Nutzen zuerst, Technik danach
- 1 Kernvorteil, 1 Beleg, 1 Beispiel aus der Praxis
- Verständnischeck: „Wie wirkt das auf Sie?“
- Einwände freundlich aufnehmen: „Was ist Ihnen dabei besonders wichtig?“

### 6) Abschluss, kein Kontakt ohne nächsten Schritt

- Konkreten nächsten Schritt anbieten, nicht offen lassen  
Terminoptionen, z. B. „Dienstag, 10 Uhr oder Donnerstag, 14 Uhr?“
- Wenn Entscheider nicht da ist:  
„Wie bringen wir das Thema am besten zu der Person, die final entscheidet?“
- Verantwortlichkeit festlegen: Wer meldet sich, wann, über welchen Kanal

#### 7) Dokumentation, der Messebericht als Wertpapier

- Unmittelbar nach dem Gespräch erfassen:
  - Name, Funktion, Firma, Kontaktdaten
  - Thema, Bedarf, Anwendung, Projektstatus, Priorität
  - nächster Schritt, Termin, Frist, Verantwortlicher
  - wichtigste Notizen, Einwände, Kaufkriterien

#### 8) Follow-up Regel, damit es wirklich wirkt

- A Leads innerhalb von 24 bis 48 Stunden
- B Leads innerhalb von 3 bis 5 Werktagen
- C Leads in eine passende Follow-up-Kontaktserie aufnehmen, z. B. Mail, LinkedIn, Webinar
- Immer mit Bezug auf das Gespräch starten, kein Standardtext
- erfassen, plus Notiz, plus Priorität