



DIE 10 BEST-PRACTICES DIGITALER MESSEAUFTRITTE

Im Zuge zahlreicher Projekte haben unsere Experten für Messekonzepte, Kommunikationsdesign sowie Video- und 3D-Medien die entscheidenden Erfolgsfaktoren entschlüsselt. Im Folgenden stellen wir die zehn Best Practices vor, die für eine effektive Messekommunikation in der virtuellen Welt entscheidend sind.

1.

MIT EINFACHER NAVIGATION DEN BESUCHER BINDEN

Physische Messestände bieten dem Besucher die Möglichkeit, kurz innezuhalten und sich zu orientieren. Darüber hinaus können Standmitarbeiter im persönlichen Dialog weiterhelfen. In virtuellen Szenarien ist dies nicht so einfach möglich. Zudem ist die Geduld der Online-Nutzer deutlich knapper bemessen. Wer sich nicht unmittelbar zurechtfindet, klickt schnell weg und ist als Interessent verloren. Eine einfache und intuitiv gestaltete Navigation hilft den Nutzern dabei, sich rasch zurechtzufinden und hält sie dadurch „bei der Stange“.

2.

MIT GROSSEN BILDERN EMOTIONEN TRANSPORTIEREN

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte – und bieten dem Nutzer die Chance auf emotionale Erlebnisse. Informativ ausgelegte Inszenierungen sind notwendige, aber für den Messeerfolg nicht hinreichende Ansätze. Schnell tritt ein Gewöhnungseffekt oder der gefürchtete Information overload ein: Der Besucher wendet sich ab oder nimmt nur einen Teil der präsentierten Information auf. Visuell attraktive Gestaltungen und große Bilder, die auch die Gefühlswelt ansprechen, bieten dem Publikum einen zusätzlichen Mehrwert und verankern die Inhalte tiefer im Bewusstsein.

3.

MIT STARKEN HEADLINES DIE AUFMERKSAMKEIT GEWINNEN

Online-Präsentationen sind schnell und weitaus kürzer getaktet als klassische Kommunikationskanäle. Das Nutzerverhalten ist dementsprechend auf kurze, eingängige Informationsgewinne und rasches Erfassen ausgelegt. Lange, mit Informationen gespickte Texte gehen daher an den Nutzererwartungen vorbei und bergen das Risiko, nicht oder nur unvollständig gelesen zu werden. Mit aussagekräftigen, kurzen Headlines lässt sich die Aufmerksamkeit der Zielgruppen unmittelbar gewinnen, fokussieren – und über den Moment hinaus halten.

4.

DEN DIALOG ERMÖGLICHEN & FÖRDERN

Bei Online-Messeauftritten fehlt der persönliche Kontakt. Nutzer bewegen sich individuell und „unbetreut“ durch die virtuellen Szenarien. Im schlechtesten Falle fühlt sich der Nutzer allein gelassen, mögliche Rückfragen bleiben unbeantwortet oder es entstehen Missverständnisse, die das Interesse am Produkt erlahmen lassen. Umso wichtiger ist es, Interaktionsmöglichkeiten anzubieten, die den direkten Dialog ermöglichen, aktiv fördern und somit die persönliche Kundenbetreuung in die Online-Welt transferieren.

5.

DIE KONTAKTAUFGNAHME VEREINFACHEN

Das Interesse für ein Produkt ist geweckt, die Kaufabsicht besteht oder weitere Informationen werden gewünscht. Nun wünscht der potenzielle Kunde eine einfache Kontaktaufnahme. Ist diese erschwert und muss umständlich nach vorhandenen Kommunikationskanälen gesucht werden, ist der Kunde verärgert, wendet sich möglicherweise ab – und ist für weitere Gespräche verloren. Einfach gestaltete Kontaktmöglichkeiten bieten dem Nutzer die Chance, sein Anliegen rasch zu lösen und eröffnen gute Chance für die weitere – nun individuelle – Betreuung.

6.

DIE ZIELGRUPPE AUF IHRE ART ANSPRECHEN

Die Sprache der Zielgruppe sprechen: Diese goldene Kommunikationsregel gilt im virtuellen Raum umso mehr. Lassen sich im persönlichen Gespräch etwaige Verständnisprobleme meist rasch beseitigen, besteht die Chance der individuellen Ansprache online nicht. Konkret bedeutet dies: Die Ansprache muss „sitzen“ und hinsichtlich Visualisierungsformen, Inhaltstiefe und Tonalität exakt auf die Interessen sowie auf das Vorwissen der Zielgruppen zugeschnitten sein.

7.

EMOTION GEWINNT - NICHT TEXT

Seitenlange, komplizierte Texte, die sogar mehrfach gelesen werden müssen, um verstanden zu werden? Ein No go für Online-Messen! Der bekannte Werber-Satz: „Du sollst nicht langweilen!“ gilt im virtuellen Raum mehr denn je. Wo der persönliche Austausch fehlt, müssen Emotionen geweckt werden, um zu begeistern. Andernfalls bleibt die Präsentation ‚blutleer‘ und der Nutzer zieht weiter – dorthin, wo nicht nur der Kopf, sondern auch das Gefühl angesprochen wird. Weniger Text, mehr Emotion: So lassen sich Kunden gewinnen.

8.

EINZIGARTIGE ERLEBNISSE STATT WEBSEITENKOPIEN

Alles schon mal gesehen? Zum x-ten Mal dieselbe Präsentation? So lässt sich kein Hund hinterm Ofen hervorlocken und kein Online-Nutzer begeistern! So wichtig ein konsistenter Markenauftritt auch ist: Immergleiche Informationen und lieblos kopierte Webauftritte verringern die Aufmerksamkeit und führen meist zum raschen Weiterziehen der Interessenten. Mit speziell konzipierten Online-Messen und überraschenden, einzigartigen Präsentationen bleibt die Neugier geweckt und die Informationen kommen verlustfrei bei der Zielgruppe an.

9.

DEN **EINLADE**- UND **NACHBEARBEITUNGS**- PROZESS MEISTERN

So smart und gelungen ein virtueller Messeauftritt auch sein mag: Ohne Einladungsmanagement und eine professionelle Nachbearbeitung bleibt die Wirkung hinter den Möglichkeiten zurück. Mehr noch: Ihre Präsenz kann rasch in Vergessenheit geraten, vor allem, weil auch in Nach-Pandemie-Zeiten das Online-Angebot zunehmen wird. Machen Sie den Unterschied zum Wettbewerb und bleiben Sie bei der Zielgruppe durch eine professionelle Prä- und Postkommunikation nachhaltig in Erinnerung.

10.

EINBINDEN & VERKNÜPFEN MIT ANDEREN MEDIEN

Sie haben alles für einen virtuellen Messeauftritt getan und dennoch bleibt die Resonanz hinter den Erwartungen zurück? Denken Sie ganzheitlich und verknüpfen Sie den Messeauftritt mit zusätzlichen Kommunikationstools und -kanälen. Sei es mit einer digitalen Broschüre für den Vertrieb, einer regelmäßigen Social Media-Präsenz oder mit einer 3D-Animation für die unternehmenseigene Website: Mit Hilfe crossmedialer Kommunikation lassen sich auch Kunden erreichen, die den Messeauftritt versäumt haben oder andere Kanäle bevorzugen. Steter Tropfen höhlt den Stein – auch virtuell.

11.

UND NOCH ETWAS: **UNSER BONUS-TIPP**

ZUVERLÄSSIGE, LEISTUNGSFÄHIGE SYSTEME NUTZEN

Eigentlich ist es trivial: Ein virtueller Auftritt, der beeindrucken soll, muss im entscheidenden Moment zuverlässig funktionieren. Dennoch sind bereits viele Unternehmensauftritte daran gescheitert, dass die gewählte Technik versagte. Profis setzen ihren Auftritt deshalb auf Systemen um, die auch einem größeren Ansturm gewachsen und u.a. durch Spiegelung der Daten zu 100% ausfallsicher sind. Sparen Sie nicht an der falschen Stelle und stellen Sie sicher, dass Ihre Botschaften auch gehört werden.



COMMACROSS IST IHR **PARTNER FÜR DIGITALE** MESSEAUFTRITTE.

Erfahren Sie mehr über unsere Konzepte und optimieren Sie Ihren Online-Messeauftritt.

Ich freue mich auf Ihre Nachricht!

*Eberhard Freiensehner,
Inhaber & Geschäftsführer*

info@commacross.de
+49 (0) 7621 154 29 - 20

KOSTENLOSER DEMO-TERMIN

commacross GmbH
Am Dreispitz 6
D - 79589 Binzen