



HPP Strategie- und Marketingberatung

Frankfurt | Oktober 2020

Digitaler Messeauftritt – ISH Messe

Herausforderungen und Chancen bei einem digitalen Messeauftritt

Von Analog zu Digital: Die ISH Messe in Frankfurt am Main wird im März 2021 ausschließlich digital stattfinden – Was nun?

Die ISH Messe 2019 war analog...



Die ISH Messe 2021 wird digital...

ISH 2021 wird digital



Der aktuelle Pandemieverlauf führt dazu, dass die Messe Frankfurt im Jahr 2021 bis einschließlich März keine eigenen physischen Messen am Standort Frankfurt veranstalten wird. Das Unternehmen ordnet den Messekalender im Frühjahr neu und setzt dabei auf neue Synergien und digitale Ergänzungen.

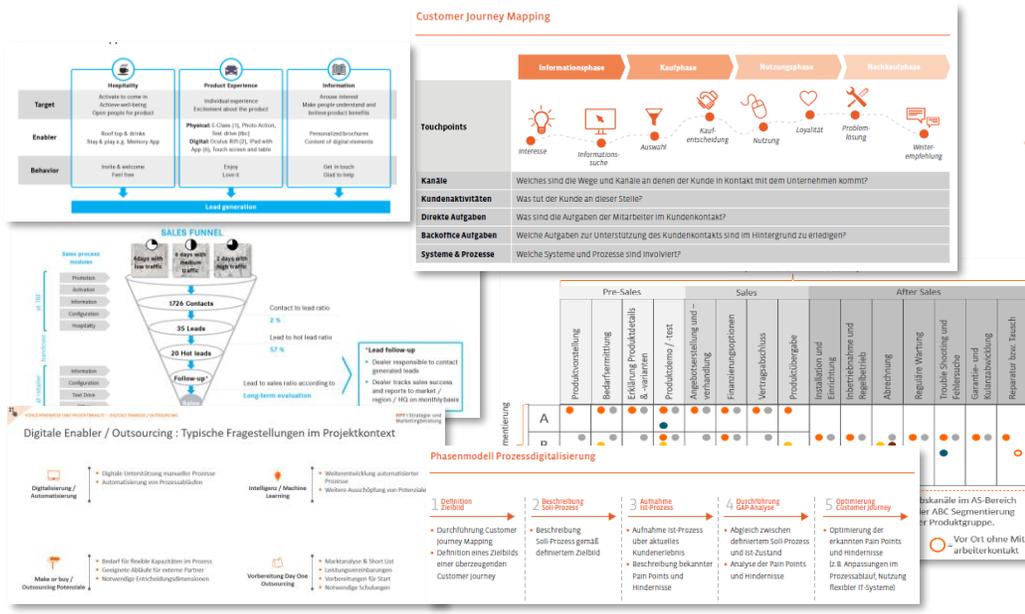
- ❓ Wie wollen Sie mit einer **digitalen Messe** umgehen?
- ❓ Wie gestalten Sie ein **wettbewerbsfähiges** digitales Messekonzept?
- ❓ Wie sieht eine **temporäre Lösung** aus?
- ❓ Wie können weiterhin oder noch verbessert **Leads** generiert und qualifiziert werden?
- ❓ Wie kann ein **langfristiges digitales Konzept** aussehen?

Kompetenzen, die zusammenpassen – HPP und FREESIXTYFIVE bündeln ihre Kompetenzen und bieten Ihnen maßgeschneiderte Lösungen für Ihren digitalen Messeauftritt an

HPP | Strategie- und Marketingberatung

Lösungsansätze seitens HPP

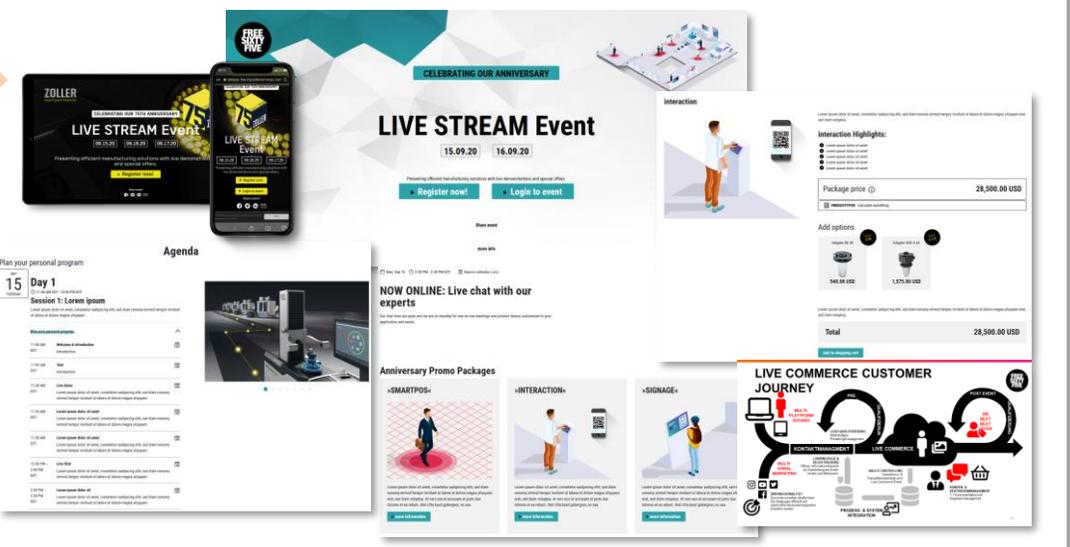
- ◆ Erarbeitung von zielgruppenspezifischer Customer Journey
- ◆ Entwicklung von Lead Management Prozessen
- ◆ Integration verschiedener Systeme (CRM, Chat, Online-Plattform)
- ◆ Projektmanagement von Events und Systemintegrationen
- ◆ Konzeption und Umsetzung von Content und Kundenevents



FREE SIXTY FIVE

Lösungsansätze seitens FREESIXTYFIVE

- ◆ Aufbau einer Live-Event-Plattform mit individualisierter Produktanzeige etc.
- ◆ 1:1 Chat zur Kommunikation von Vertriebsmitarbeitern und Kunden
- ◆ Customer Journey Datatracking (Realtime Sitetracking und Kampagnenmanagement), Schnittstelle zu CRM
- ◆ Einbindung von Streamingdiensten und GoToWebinaren
- ◆ Zentrales Zeitmanagement (GMT based) und Multilanguage



Welche Herausforderungen sind bei einem digitalen Messeauftritt zu beachten? – Herausforderungen entlang der Customer Journey

Awareness – Kunde erfährt von digitaler Messe

- Wie gewinne ich das Interesse / Vertrauen der Kunden bei einer digitalen Messe?
- Wie schaffe ich einen klaren Mehrwert?
- Wie kann ich den Lifestyle-Effekt und das Networking ersetzen?

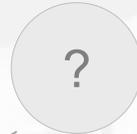
Consideration – Kunde interessiert sich für die Teilnahme an der digitalen Messe

- Wie kann ich den Kunden von einem Interesse wirklich zur Teilnahme bewegen?
- Welche Attraktoren helfen hierbei?
- Wie kann ich dem Kunden die Teilnahme erleichtern?

Conversion – Kunde informiert sich über Aussteller / Veranstaltungen / Vorträge

- Wie gestalte ich meine Vorträge etc. interessant, damit man möglichst viele Zuhörer bekommt und sie nicht abgelenkt werden?
- Wie koordiniere ich Teilnehmer aus verschiedenen Zeitzonen und Sprachen? Auf was muss ich achten, wenn ich verschiedene Kulturen zusammen in einer Diskussion habe?

Lead identifizieren



Lead qualifizieren

Lead kapitalisieren

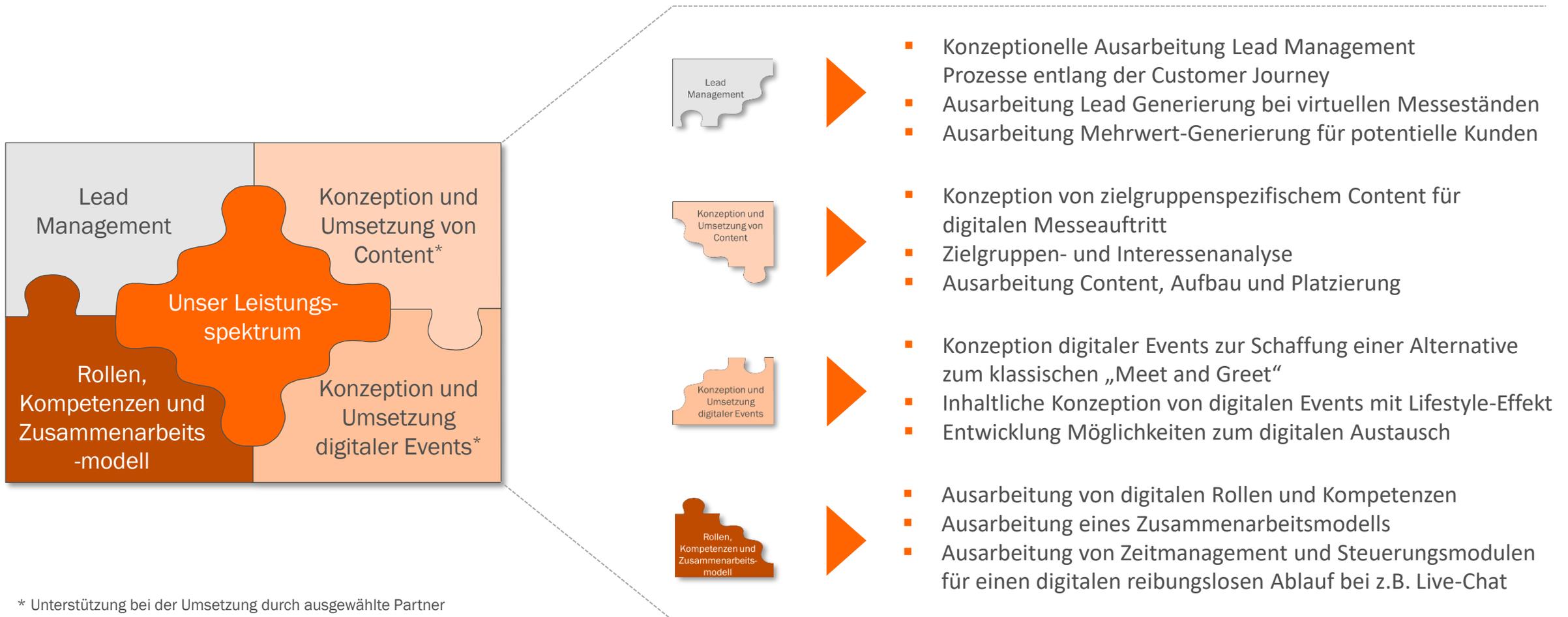
Favorability – Kunde favorisiert verschiedene Themengebiete / Produktleistungen

- Wie mache ich digital auf mein Produkt etc. aufmerksam?
- Mit welchen Tools kann ich das Produkt / die Leistungen dem Kunde digital näher bringen?
- Welche Mitarbeiter, mit welchen Kompetenzen, benötige ich für die Beratungs- und Verkaufsgespräche?

Intent to Purchase – Kunde hat eine Kaufabsicht und nimmt Kontakt auf

- Wie gestalte ich das Verkaufsgespräch?
- Wie kann ich dem Kunden noch weitere Produkte / Lösungen anbieten?
- Welche Möglichkeiten gibt es zur langfristigen Kundenbindung? (z.B. digitale Events)

Unser Leistungsspektrum reicht von der Erarbeitung von Lead Management Prozessen bis hin zur Konzeption von Content sowie digitaler Events



Bei virtuellen Messen können mehr Leads generiert und besser qualifiziert werden, da die Zielgruppe und Reichweite viel größer ist und die Leads über ein digitales Backend nachverfolgt werden können



Bewerbung Online-Messe mit attraktiver und maßgeschneiderter **Landing Page** und Registrierungsformular zur Datenerfassung der Leads



Kombination aus **3D-Avataren** sowie „echten“ Menschen zur **digitalen Live-Produkt demonstration**, um das virtuelle Erlebnis realitätsnah zu gestalten



Vorstellung Produkte und Dienstleistungen über eine **interaktive Online-Veranstaltung**



Steigerung Conversions und Käuferzufriedenheit mit **1:1 Live (Text-, Audio- und Video-) Chats**



Gestaltung eines **flexiblen virtuellen Raums** zur freien Bewegung von Leads durch virtuelle Stände und Schaffung von **Orientierungshilfen**



Vergabe von **digitalen Broschüren, Whitepapers** (virtuelle Aktentasche)



Bereitstellung von **Live-Webinaren**, um Produktvorteile einem weltweiten Publikum zu vermitteln



Präsentation überzeugender **Dia-Decks** und Durchführung **Frage-und-Antwort Runde**



Tracking von **Anwesenheitstrends** und **Beliebtheit** der virtuellen Stände



Bereitstellung **menschlicher Moderatoren** für interaktive Workshops und Events für eine Strukturvorgabe sowie Schaffung Mehrwert persönlicher Note



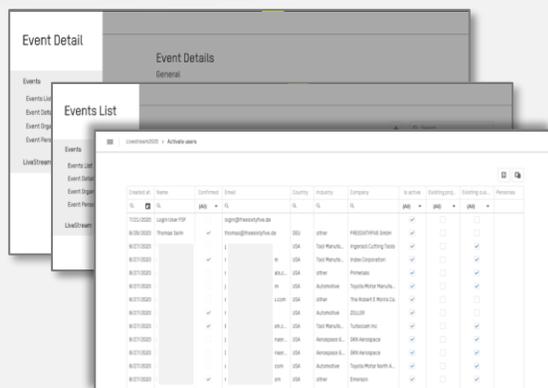
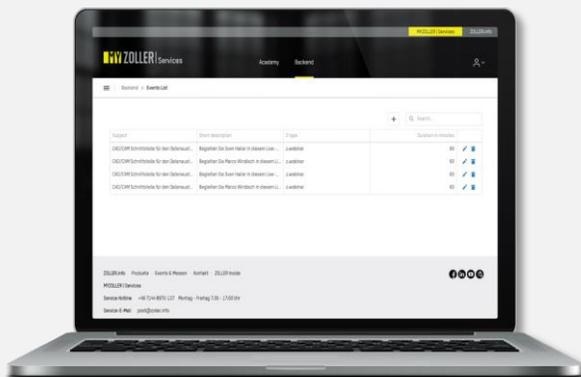
Schaffung von **Anreizen**, bspw. Networking-Events



Präsentation von kurzen, prägnanten u. **spannenden Themen** unter Einbindung von **aktiven Pausen**, um Konzentrationsverlust der Zuhörer zu vermeiden

Durch das integrierte Backend Tool von FREESIXTYFIVE können die generierten Leads verwaltet, getrackt und gezielt verwendet werden

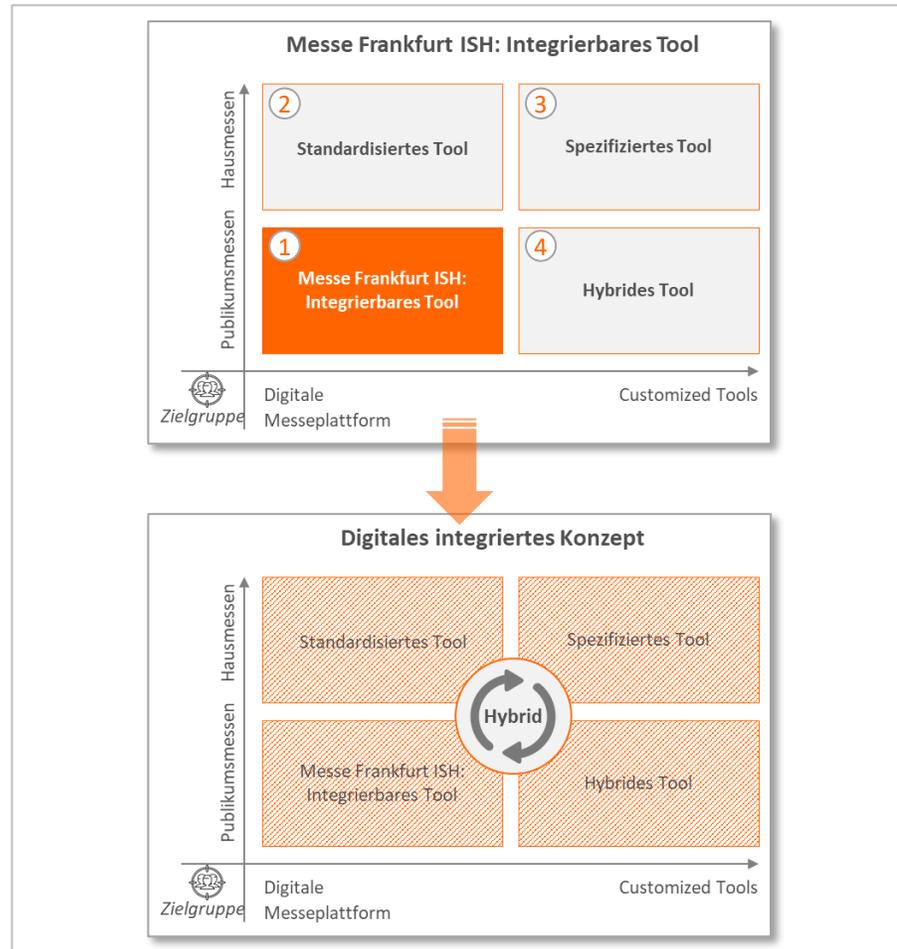
Backend Verwaltung FREESIXTYFIVE



Vorteile Backend Tool

- ✓ Freischaltung einzelner User
- ✓ Anreicherung individueller Attribute (Kundengruppen, Land, etc.)
- Umfangreiche Such- und Filterfunktionen
- ✓ Export als Excel
- ✓ Aktionen der User (Chat-Historie, Seitenaufrufe, Kauf- / Bestellgasse)
- ✓ können nachvollzogen werden
- Individuelle Anschlussinhalte bei Livestreams möglich
- ✓ Integration von CRM
- ✓ Auf den User zugeschnittene und individualisierte Angebotsoptionen und
- ✓ Preisberechnungen sind möglich

Ein integrierbares Messetool eignet sich temporär für eine digitale Messeplattform wie in Frankfurt am Main. Langfristig führt ein hybrider Ansatz zu einem digitalen und integrierten Konzept



Je nach Art der Messe und der vorhandenen Gegebenheiten der digitalen Messeplattform, können verschiedene Messetools entwickelt werden:

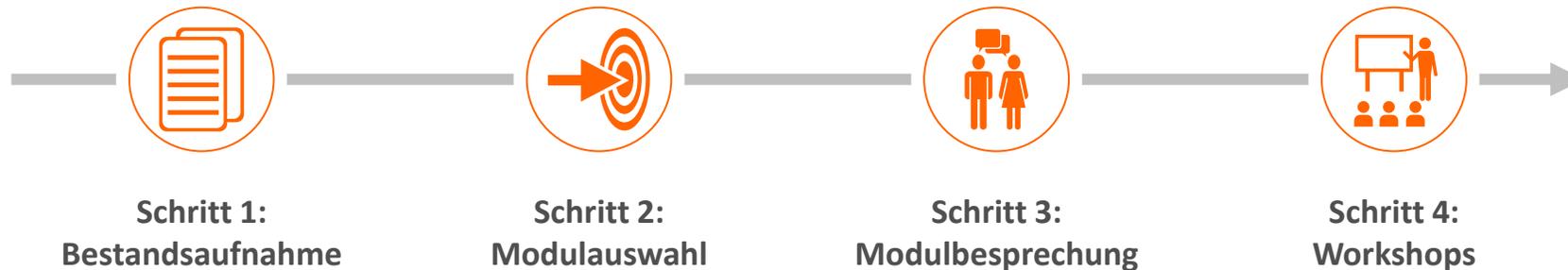
- 1. Integrierbares Tool** (*Publikumsmesse mit integrierbarem, standardisiertem Tool*)
- 2. Standardisiertes Tool** (*Hausmessen mit standardisiertem Tool*)
- 3. Spezifiziertes Tool** (*Hausmessen mit kundenspezifischem Tool*)
- 4. Hybrides Tool** (*Publikums-messen mit kundenspezifischem Tool*)

Unternehmen, die sich für einen digitalen Messeauftritt entscheiden, sollten nicht nur die bevorstehende digitale Messe im Blick haben, sondern auch den **aktuellen Wandel der Offline- zur Online-Landschaft**. Es wird eine **O2O-Landschaft** zur Kundeninteraktion und Produktpräsentation aufgebaut, die **modular und sehr spezifisch** für verschiedene Zielgruppen, Produkte und Marktgegebenheiten flexibel gestaltet werden muss. Aus diesem Grund empfiehlt sich, ein **nachhaltiges, digitales und integrierbares Konzept** zu entwickeln, welches **kompatibel** mit verschiedenen digitalen Messeplattform ist und zudem die **langfristigen digitalen Kundentouchpoints** beinhaltet.

Von einem temporären Messekonzept zu langfristigen Lösungen für eine digitale Kundenansprache



HPP's Vorschlag zur Vorgehensweise gliedert sich in vier wesentliche Schritte



- Bei Interesse schauen wir uns gerne Ihr Unternehmen an und überlegen wie wir Ihnen ein passendes Angebot unterbreiten können

- Sie können sich ganz individuell ein Modul oder mehrere Module aussuchen, bei denen wir Sie unterstützen sollen

- Nachdem Sie eine Entscheidung getroffen haben überlegen wir gemeinsam das weitere Vorgehen, damit Sie direkt von unserer Ausarbeitung profitieren können

- Innerhalb von Workshops präsentieren wir Ihnen unsere Ausarbeitung und stimmen diese mit Ihnen ab
- Gerne beantworten wir Ihnen über den Projekt Scope hinaus weitere Fragestellungen



HPP als Strategie- und Marketingberatung und FREESIXTYFIVE als Digital Lab verfügen über eine Vielzahl an Referenzen aus unterschiedlichen Branchen

HPP | Strategie- und Marketingberatung **Ausgewählte Referenzen seitens HPP**

Mercedes-Benz, EWE, T-Mobile, MICHELIN, DB BAHN, ŠKODA, Lufthansa, VIESSMANN, LB BW, MAN, ILA Berlin Air Show, PORSCHE, WEZAG WERKZEUGE • TOOLS, AMG, VOLVO TRUCKS, SE Schmidt + Clemens Group, VOLVO, thyssenkrupp, Thüringer Netkom, peiker

FREESIXTYFIVE **Ausgewählte Referenzen seitens FREESIXTYFIVE**

CAPCOM, Sony Entertainment Network, SQUARE ENIX, SONY PICTURES, prevent, Hamburg Airport, COBI, nürburgring, BANDAI NAMCO, ZOLLER, LOVEFILM.de Ein amazon Unternehmen, INEOS Automotive, LSG Sky Chefs, FESTO, WARNER BROS. PICTURES, R, PlayStation, ACTIVISION, Bethesda, CAR 2GO

HPP verfügt durch sein breites Spektrum an Projekten in zahlreichen Branchen über das nötige Know-& Do-How, um Sie strategisch und operativ zu unterstützen

Entwicklung Kommunikationskonzept für ein internationales Unternehmen im Bereich Heiztechnik, Industrie- und Kühlsysteme

- Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie für ein weltweit tätiges Familienunternehmen im Bereich nachhaltiger Energiesysteme und Kühllösungen
- Erarbeitung eines detaillierten Kommunikationskonzeptes (Maßnahmen und Belegungsplanung)
- Entwicklung eines Key-Account-Konzeptes
- Erarbeitung eines Konzeptes zur Erfolgskontrolle der Werbemaßnahmen

Konzeption und Umsetzung Online & Offline Strategien – Maßnahmen für ein weltweites Retailer-Event eines deutschen Premium-Automobilherstellers

- Konzeption und Erstellung von digitalen Präsentationen
- Konzeption und Umsetzungsbegleitung von digitalen Attraktoren
- Durchführung weltweiter Video-Wettbewerb für Produktspezialisten im Retail
- Ausarbeitung von gezielten Maßnahmen zur Konvertierung der Online-Kontakte in Sales-Prospects
- Sicherstellung von einheitlichen Online & Offline Strategien

Strategische Neuausrichtung einer Industrie-Leitveranstaltung

- Erarbeitung einer ergebnisoffenen 360°-Analyse der aktuellen und zukünftigen Situation der Messe im spezifischen Markt- und Wettbewerbsumfeld weltweiter Luft- und Raumfahrt
- Durchführung einer Expertengesprächsbasierten Stakeholder-Analyse zur Identifikation von Stärken/Schwächen und Chancen/Risiken sowie wettbewerbsfähige Kernziele für die Zukunft der Leitveranstaltung
- Ableitung von Positionierungsalternativen und strategischen Optionen sowie konzeptionelle Operationalisierung der Ausgestaltung (Marketing-Mix)

Temporäre Retail Formate: Lead-Generierung im Lebensumfeld des Kunden

- Entwicklung eines Konzeptes für temporären Sales mit Fokus auf die Durchführung erster Verkaufsschritte im Sales Funnel
- Beschreibung des Zusammenspiels zwischen klassischem Handel und Temporärem Retail Format von der Lead-Generierung bis Follow-Up, u.a. mit digitalen Elementen
- Analyse von Erfolgsfaktoren in der Kundenansprache und Ableitung von Verhaltensregeln im Umgang mit potentiellen Kunden

Nehmen Sie jederzeit Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf die Diskussion mit Ihnen



Ansprechpartner
Elena Yakushkina
Direktor

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 568

Mobil: +49 (0) 170 | 53 13 042

E-Mail: elena.yakushkina@hpp-consulting.de



Ansprechpartner
Dr. Thorsten Liebehenschel
Partner

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 526

Mobil: +49 (0) 171 | 37 71 197

E-Mail: thorsten.liebehenschel@hpp-consulting.de

HPP Harnischfeger, Pietsch & Partner
Strategie- und Marketingberatung GmbH

Goldsteinstraße 114
D-60528 Frankfurt am Main

Website: www.hpp-consulting.de

Als mittelständische Managementberatung mit fast 25 Jahren Projekt-Erfahrung beraten wir Kunden in unterschiedlichsten Branchen

Unternehmensprofil

- 
Frankfurt am Main
- Standort
- 
5,7 Mio. € (2019)
- Umsatz
- 
> 45
- Mitarbeiter
- 
Weltweite Projektumsetzung
- Reichweite
- 
Mehrfach ausgezeichnet
- Hidden Champion

Branchenfokus



Automobilindustrie.
Hier sind wir die Experten



Telekommunikation.
Der Kunde im Mittelpunkt



Energie und Smart Services.
Innovativ in die Zukunft



Mercedes-Benz



MITSUBISHI MOTORS



smart



ŠKODA



Deutsche Glasfaser



EWE



unitymedia



PYUR



Thüringer Netkom



vodafone



VIESSMANN



WEZAG
WERKZEUGE • TOOLS



Lufthansa



ThyssenKrupp



ILA
Berlin Air Show



DB BAHN

HPP bietet sowohl die relevante fachliche Expertise als auch das notwendige methodische Rüstzeug – Wir unterstützen Sie gern



Know-How

Unser Berater-Team bietet ein großes Spektrum an fachlicher und sozialer Kompetenz



Do-How

Wir besitzen ein breites Tool-Kit und unterstützen Sie bei der operativen Umsetzung



Kundenvertrauen

Wir legen viel Wert auf nachhaltige und pragmatische Lösungen und unsere Kunden bestätigen das

HPP ist mehrfach ausgezeichnet und zählt jährlich zu den besten Unternehmensberatungen, unter anderem in den Kompetenzfeldern:

- Auto und Zulieferer
- Telekommunikation
- Strategieentwicklung
- Vertrieb, After-Sales und CRM
- Marketing, Marke und Pricing

