

Gegenstand

- Serviceforschung auf Messen: „Das MEK-Modell®“

Thema

- Untersuchung der Service-Qualität des Besuchermanagements auf Messen

Ziel

- Ermittlung der Serviceorientierung im Management von Fachbesuchern auf Messen durch eine Untersuchung vorhandener Informationsangebote, Kommunikationsstrukturen und Betreuungsprozesse

Inhalte

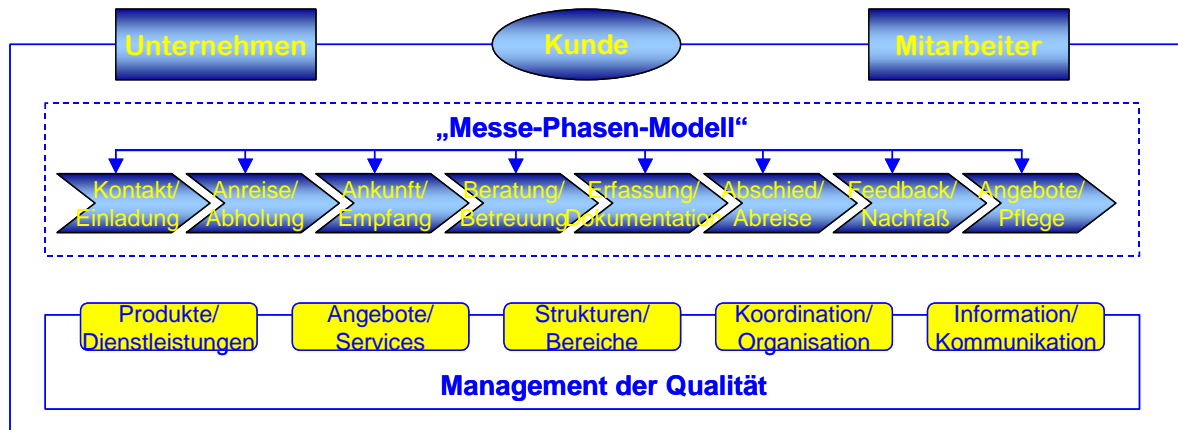
- Check der verschiedenen Messephasen:
 - **Vor-der-Messe:** Entscheidung und Auswahl der Messe, Vorbereitung der Messekontakte und Planung der Messeanreise
 - **Während-der-Messe:** Ankunft und Einchecken auf der Messe, Besuch der Messestände, Durchführung der Messegespräche und Teilnahme an Messeveranstaltungen
 - **Nach-der-Messe:** Abreise von der Messe, Prüfung der Messeangebote, Feststellung des Messenutzens und Kontaktvertiefung mit einigen Messeausstellern
- Check der informationellen bzw. kommunikativen Messeführung:
 - **Informationsaustausch:** Informationsaustausch mit den Ausstellern und umfassender Überblick über Trends
 - **Individuelle Beratung:** Erfüllung der dezidierten Informations- und Kommunikationsbedürfnisse
 - **Persönliche Produktpräsentationen:** Möglichkeiten der Produktvorstellung über „touch, see & feel“
 - **Intensive Beziehungspflege:** Aufbau zweiseitiger, interaktiver Kundenbeziehungen und Eingehen auf spezifische Kundenwünsche
- Check der zusätzlichen Messeservices:
 - Persönliche Betreuung
 - Individuelle Führung

■ Methode

- Untersuchung nach dem X [iks] MEK-Modell®: prozeß-analytisches Meßverfahren, mit über 100 standardisierten, objektiv meßbaren Kriterien
 1. **Kontakt/Einladung**: ...wie wird der Kunde für den Besuch der Messe interessiert und gewonnen?
 2. **Anreise/Abholung**: ...welche Angebote erhält der Kunde für seine persönliche Messeplanung?
 3. **Ankunft/Empfang**: ...wodurch kann das Eintreffen des Kunden auf der Messe erleichtert werden?
 4. **Beratung/Betreuung**: ...wie gestaltet sich aus Sicht des Kunden der Messeaufenthalt?
 5. **Erfassung/Dokumentation**: ...wie erfolgt die Aufnahme und Verarbeitung der individuellen Kundenanliegen auf der Messe?
 6. **Abschied/Abreise**: ...welche Leistungen sorgen für eine komfortable Abreise von der Messe?
 7. **Feedback/Nachfaß**: ...wie wird der Messekontakt mit dem Kunden aufgegriffen und fortgeführt?
 8. **Angebote/Pflege**: ...welche Maßnahmen zur Betreuung und Pflege des Kunden nach der Messe kommen zum Einsatz?
- Untersuchung entlang der „Messekontaktkette“: Überprüfung und Dokumentation der „Stationen“ des Kontaktes inkl. Dokumentation der Ergebnisse.
- Definition und Erklärung der jeweils eigenen und individuellen Anforderungen für/an den Messebesuch

Erfolgsmodell

- Das „8-Phasen-Modell“ für die Untersuchung der Service-Qualität des Besuchermanagements auf Messen



Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2003. All rights reserved.