

Zehn Tipps für Ihre erfolgreiche Messebeteiligung in den USA

1. In den USA werden Fachmessen häufig von Fachverbänden und -publikationen veranstaltet. Prüfen Sie die Ausstellerliste des letzten Jahres, Messehistorie und Statistik. Mittelständische Unternehmen sollten eine Beteiligung an einem deutschen Firmengemeinschaftsstand in Erwägung ziehen. Neben der finanziellen Förderung ist hier vor allem die Organisation nützlich.
2. Verkaufen Sie. US-Sales ist aggressiver als in Deutschland.
3. Seien Sie offen - nur keine falsche Zurückhaltung. Machen Sie es Ihrem Geschäftspartner einfach, einen Abschluss zu tätigen.
4. Kommunikation. Während die Amerikaner häufig das Positive und eine offene Kommunikation betonen, werden Zielstrebigkeit, produktorientiertes Denken und Qualitätsbewusstsein eher als deutsche Werte gesehen. Der persönliche Kontakt ist sehr wichtig. Vermeiden Sie politische Diskussionen, ethische und religiöse Themen.
5. Typisch amerikanisch. Der kulturelle Kontext spielt bei auf Dauer angelegten Geschäftsbeziehungen eine entscheidende Rolle. Gut zu wissen: Das amerikanische Geschäft ist konkurrenzbetont, marktgetrieben und schnell - time is money. Der Preis ist ein wichtiges Kriterium, aber die Amerikaner sind durchaus auch bereit, Investitionen zu tätigen. Amerikaner gehen positiv mit Risiko um. Kunden sind anspruchsvoll und gewöhnt, first-class behandelt zu werden.
6. Dress-Code: Amerikaner sind tendenziell informell gekleidet, das heißt Anzug ohne Krawatte oder Hemd mit Firmenlogo.
7. Arbeiten Sie mit qualifiziertem Personal. Stellen Sie kontaktfreudige, möglichst auslandserfahrene Vertreter mit guten Produkt- und Englischkenntnissen. Binden Sie deutsch- und englischsprachiges Standpersonal vor Ort ein. Das erleichtert Ihnen als Aussteller sowie dem Fachbesucher die interkulturelle Kommunikation.
8. Amerikanisieren Sie Ihre Prospekte. Produktbeschreibungen und Hinweise auf Werbeartikeln sollten selbstverständlich in Englisch und der Zielgruppe angepasst sein. Geben Sie möglichst eine amerikanische Kontaktadresse an.
9. Achten Sie auf Specials: Einige Messeveranstalter bieten „Newcomer-Sessions“ an, bei denen sich erstmalige Aussteller vorstellen können. Reservieren Sie im Vorfeld. Hier ergeben sich oftmals wertvolle Kontakte.
10. Arbeiten Sie bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung mit Dienstleistern vor Ort zusammen. Unterstützung erhalten Sie beispielsweise von Sell in California (www.sellincalifornia.com), das sich auf Messedienstleistungen für deutsche Unternehmen in den USA spezialisiert hat. ?
Claudia Knecht

Claudia Knecht ist Program Director bei Sell in California und hat unter anderem die deutschen Firmengemeinschaftsstände bei der ITLA (Reisegepäck und Lederwarenmesse) sowie NACDS (Messe für Drogeriebedarf) in den USA unterstützt.

Copyright by

Sell in California ...

a Service by EIN LLC

Address: 19000 MacArthur Blvd, S. 500 - Irvine, CA 92612 USA

Phone: +1(949) 677-2660 - Fax: +1(949) 440-7920

Email: notice@sellincalifornia.com - Website: www.sellincalifornia.com