

sales Services

*Fachmesse und Fachforum
für Vertrieb & Marketing*

Konzept

- Facts & Figures -

salesServices 2010

**Congress Centrum Mainz
19. und 20. Mai 2010**



Veranstalter:
GS+expo GmbH
Wiesenstrasse 21
40549 Düsseldorf | Germany
Tel.: +49 (0)2 11/30 18 76-0
Fax: +49 (0)2 11/30 18 76-50
sales-services@gs-expo.de
www.sales-services.gs-expo.de



Konzept: salesServices 2010

<u>Inhaltsverzeichnis:</u>	<u>Seite</u>
Situationsanalyse	3
Funktion	3
Standort	3
Termin	4
Ausstellerpotential	4
Besucherpotential	5
Besuchergewinnung	5
Foren	6
Special Offers	6
Nomenklatur	7
<u>Anlagen</u>	

Konzept: salesServices 2010

Situationsanalyse: Neue Konzepte und Strategien

Die betriebliche Funktion „Absatz“ ist in der momentanen wirtschaftlichen Situation das Brandthema Nr. 1. In nahezu allen Branchen wird über neue zukunftsfähige Vertriebs-Konzepte und innovative Marketing-Instrumente intensivst nachgedacht. Hier besteht ein akuter Handlungsbedarf, um die eigene Company alsbald wieder in rentable Umsatzregionen zu führen. Von daher kommt das neue Messekonzept der „salesServices“ gerade zum richtigen Zeitpunkt. Die Fokussierung auf die in aller nächster Zukunft geplanten Investitionen in Vertrieb & Marketing wird dabei „der“ USP der „salesServices“ werden.

Bei der Namensgebung steht der Begriff „salesServices“ für alle Dienstleistungen im aktiven Vertrieb und im innovativen Marketing außerhalb, wie auch innerhalb der Unternehmen.

Funktion der Fachmesse

Mit der neuen „salesServices“ wird eine Messe eingeführt, die die Instrumente für den Vertrieb und für das Marketing an zwei Messetagen vorstellt. Als Absatz-Plattform wendet sich diese Fachmesse nicht nur an Vertriebs- und Marketing-Abteilungen, sondern an alle Funktionsbereiche im Unternehmen, die direkt oder indirekt mit Vertrieb & Marketing zu tun haben. Dabei werden Vertrieb & Marketing als zentrale und sich ergänzende Funktionen im Unternehmen gesehen; so kann beispielsweise gerade auch das digitale Marketing neue entscheidende Impulse für den Vertrieb setzen.

Standort der Fachmesse

Der Standort für ein solches Messekonzept sollte ein möglichst großes Einzugsgebiet in einem wirtschaftsstarken Ballungsgebiet repräsentieren; hier das Rhein-Main-Gebiet. Das Congress-Centrum Mainz verfügt - nach dem Umbau - über die notwendigen Ausstellungsflächen und die attraktiven und funktionsgerechten Kongress-Facilitäten und bietet so die idealen Voraussetzungen für eine effektive Präsentation der salesServices als Fachmesse und Fachforum.

Konzept: salesServices 2010

Besucher

Besucherpotential

Da die ganz große Mehrzahl aller Unternehmen im Wirtschaftsprozess ihre Produkte, Dienstleistungen und Lösungen aktiv verkaufen muss und mittlerweile die überwiegende Zahl der Unternehmensabteilungen mit dem Vertrieb & Marketing unmittelbar in Verbindung steht, wird die Zielgruppe dementsprechend breit angelegt. Zu den Personen, die als Messe-Zielgruppe in den Unternehmen angesprochen werden, gehören:

- Unternehmer/Inhaber
- Vorstände
- Geschäftsführer
- Verkaufs- und Vertriebsleiter aller Branchen
- Verkaufsführungskräfte
- Key Account Manager
- Vertriebsingenieure
- Gebietsverkaufsleiter
- Verkäufer im Außendienst
- Verkäufer im Innendienst
- Vertriebscontroller
- Kundendienstleiter
- Marketingleiter
- Marketing- und Vertriebsberater
- Produktmanager
- Leiter Verkaufsförderung
- Verkaufstrainer
- Leiter Personalentwicklung
- Vertriebs- und Marktforscher
- Messeleiter
- Werbeleiter
- Designer
- Handelsvertreter
- Existenzgründer

Was kann den Besuchern geboten werden?

Den Fachbesuchern als Entscheidungsträger oder -vorbereiter wird ein breites Spektrum an Produkten, Dienstleistungen und Know-how präsentiert, das sie in ihren Funktionen für Vertrieb & Marketing dringender denn je benötigen (siehe Nomenklatur).

Besuchergewinnung

Um die Fachbesucher zu gewinnen, wird ein Marketing-Mix aufgebaut, das die „Awareness“ im Markt kontinuierlich erweitert. Hierzu gehören u.a.:

- Kooperationen (mit Marktbeeinflussern)
- Presse und Öffentlichkeitsarbeit
- Interaktiver und tagesaktueller Internetauftritt
- Mailings
- Newsletter
- Messezeitung

Konzept: salesServices 2010

Foren

Das Augenmerk wird - in Ergänzung zur Fachmesse - auch auf verschiedene sehr aktuelle Fachforen gelegt werden, die von den teilnehmenden Firmen gestaltet werden. Diese Foren werden so ausgewählt, dass sie einerseits den Ausstellern eine weitere Präsentationsplattform bieten und gleichzeitig den Besuchern ein interessantes „Add-On“ vermitteln. Hierbei handelt es sich sowohl um absatzspezifische Fachthemen aus der Praxis als auch um Foren zur Diskussion oder zum Austausch von Know-how in Vertrieb & Marketing.

Special Offers für den Besucher

Neben den Fachforen der Aussteller sind speziell gekennzeichnete Präsentationsbereiche innerhalb der Messe zu Themen der „Sales & Marketing Welt“ eingeplant. Hierzu gehören beispielsweise der Job-Market, die Fashion Corner und das Sales-Equipment-Angebot. Diese übergreifenden persönlichen Thematiken machen die salesServices 2010 zusätzlich noch besuchenswerter.

Konzept: salesServices 2010

Angebots-Nomenklatur

1. Sales-Technik-Center

- 1.1. Customer Relationship-Management
- 1.2. E-CRM/M-CRM
- 1.3. Kontaktmanagement Software
- 1.4. Interactive Selling Systeme
- 1.5. Geografische Informationssysteme
- 1.6. Geomarketing
- 1.7. Software zur Vertriebsplanung
- 1.8. Prognosesysteme/Forecasting
- 1.9. Sales Force Automation
- 1.10. Computer Aided Selling (CAS)
- 1.11. Vertriebsinformationssysteme (VIS)
- 1.12. Service-Automation
- 1.13. Routenplanung
- 1.14. Vertriebscontrolling
- 1.15. System-Integratoren
- 1.16. Werbekontrollsysteme/Statistiksysteme
- 1.17. Supply Chain Management-Systeme
- 1.18. Channel Promotion Management (CPM)
- 1.19. ERP-Systeme
- 1.20. B to B und B to C-Marktplätze
- 1.21. E-Commerce/M-Commerce
- 1.22. Portale
- 1.23. Shop-Systeme
- 1.24. Content-Provider
- 1.25. Technical-Provider
- 1.26. Intranet/Extranet
- 1.27. Suchmaschinen-Marketing
- 1.28. Online-Media
- 1.29. Mobile Marketing Solutions
- 1.30. Call-Center-Software
- 1.31. E-Mail-Software/E-Mail-Dienste
- 1.32. Benchmarking-Systeme

2. Sales-Dialogmarketing-Center

- 2.1. Database Management
- 2.2. Datawarehouse
- 2.3. Data Mining
- 2.4. Targeting-Systeme
- 2.5. E-Mail-Services
- 2.6. Permission Marketing
- 2.7. Fax-Marketing
- 2.8. Adressverlage/Listbroker
- 2.9. Call-Center
- 2.10. Call-Center-Services
- 2.11. Lettershops
- 2.12. Print Services (Druck, DTP, Litho)
- 2.13. Verpackung, Versand
- 2.14. Haushaltswerbung
- 2.15. Dialogmarketing-Agenturen
- 2.16. Telefonmarketing-Agenturen
- 2.17. Berater

3. Sales-Research-Center

- 3.1. Vertriebs- und Marktforschung
- 3.2. Vertriebs-/Marktforschungs-Beratung
- 3.3. Trendforschung
- 3.4. Online-Research
- 3.5. Feldorganisation
- 3.6. Teststudio
- 3.7. Datenerfassung/-auswertung
- 3.8. Soft-/Hardware

4. Sales-Promotion-Center

- 4.1. Online Werbung
- 4.2. Mobiles Advertising
- 4.3. Außenwerbung/Ambiente Media
- 4.4. Präsentationsmittel
- 4.5. Werbemittel (Händler/Hersteller)
- 4.6. Messebau/Stand-Design
- 4.7. Point of Sale-(POS/POP) Services
- 4.8. Displays
- 4.9. Verkaufsförderungs-Agenturen
- 4.10. Verpackungs-Design
- 4.11. Corporate Publishing

5. Sales-Service + Mobility-Center

- 5.1. Mobilfunkanbieter
- 5.2. Reise-Equipment
- 5.3. Taschen- und Kofferlösungen für Notebooks, Musterkoffer
- 5.4. Mietwagenanbieter
- 5.5. Automobilhersteller
- 5.6. Automobilausstatter
- 5.7. Kreditkartenanbieter
- 5.8. Vermögensberatungs-Gesellschaften
- 5.9. Geschäftsreiseanbieter
- 5.10. Fuhrparkdienste

6. Sales-Training-Center

- 6.1. Weiterbildungsanbieter für den Vertrieb
- 6.2. Vertriebs- und Verkaufstrainer
- 6.3. Berufsakademien
- 6.4. Personalbeschaffungsagenturen
- 6.5. E-Learning Anbieter
- 6.6. Wirtschaftsförderung
- 6.7. Existenzgründung

7. Sales-Motivation-Center

- 7.1. Incentive- und Motivations-Programme
- 7.2. Hotels und Tagungsstätten
- 7.3. Eventveranstalter und -agenturen
- 7.4. Künstler
- 7.5. Incentive-Agenturen
- 7.6. Coupon und Gewinnspielprogramme
- 7.7. Redner-Agenturen

8. Sales-Fashion and Style-Center

- 8.1. Typ-Beratung/Business-Knigge
- 8.2. Business Fashion
- 8.3. Gesundheits- und Fitnessberatung

9. Sales-Information Center

- 9.1. Verlage für Vertriebsliteratur
- 9.2. Wirtschaftspresse
- 9.3. Corporate Publishing
- 9.4. Verbände