



Andy Fetherman

«Der virtuelle Inkjet Summit hatte mehrere Vorteile»

Aufgrund der Corona-Pandemie sind Fachmessen derzeit kaum durchführbar. Daher fand der traditionelle Inkjet Summit in den USA virtuell statt – eine völlig neue, wertvolle Erfahrung für Andy Fetherman, Vice President Sales and Technology Müller Martini Nordamerika.

Der diesjährige Inkjet Summit, eine viertägige Konferenz unter dem Motto «All from the Comfort of Your Home or Office», wurde wegen der Corona-Pandemie zum ersten Mal in seiner neunjährigen Geschichte online abgehalten. Und auch wenn eine solche virtuelle Veranstaltung eine Live-Messe nicht ersetzen kann, bot sie dennoch einige Vorteile. Während die Live-Veranstaltung beispielsweise auf etwa 130 Teilnehmer beschränkt war, konnten im Rahmen der virtuellen Veranstaltung rund 800 zusätzliche Personen an den verschiedenen Vorträgen teilnehmen.

Ausserdem konnte mein gesamtes Verkaufsteam bei allen Vorträgen dabei sein und so das unterschiedliche Marktfeedback und Fachgespräche aus erster Hand miterleben. Und ich konnte unsere zuständigen Regional Sales Manager zu den verschiedenen persönlichen Kundengesprächen einladen, sodass sie im direkten Kundenkontakt etwas über die zukünftigen Anforderungen an die Weiterverarbeitung und den Workflow im Digitaldruck erfuhren.

Wir konnten den Fokus auf unser Digital Solutions-Portfolio legen

Der virtuelle Inkjet Summit war weit mehr als nur eine Übertragung von Fachvorträgen, denn er umfasste auch Fortbildungsangebote in Echtzeit, Podiumsdiskussionen, ausführliche und bedarfsorientierte Erfahrungsberichte sowie ein interaktives Solution Showcase mit neuester

Inkjet-Technologie für die Printproduktion einschliesslich Software, Zuführung, Weiterverarbeitung, Services und Verbrauchsmaterial. Da wir uns für den Gold-Membership-Status für diesen virtuellen Summit übernommen haben, konnten wir an allen Hauptaktivitäten teilnehmen. Dazu gehörten auch ein Erfahrungsbericht zu einem der Themenschwerpunkte und die Möglichkeit, im Rahmen der Konferenz 25 verschiedene Einzelgespräche mit Kunden zu führen. Diese Aktivitäten flankierten das Solution Showcase, in dem wir unser Digital Solutions-Portfolio vorstellen konnten.

Einer der Höhepunkte des Inkjet Summit ist es seit jeher, die zahlreichen Einzelgespräche mit potenziellen Kunden im Vorfeld planen zu können. Während der Live-Veranstaltung konnten für unseren Sponsorenlevel maximal 15 Gespräche terminiert werden, im Rahmen der Online-Veranstaltung waren es nun 25. Dadurch bekamen in erster Linie die zusätzlichen Teilnehmer von Müller Martini die Gelegenheit, Gespräche mit für sie interessanten Kunden zu vereinbaren. Für uns ist die Planung von Gesprächen mit potenziellen Kunden von besonderer Bedeutung, denn unsere Bestandskunden können wir jederzeit telefonisch kontaktieren. So konnten wir dieses Forum nutzen, um neue Kontakte zu knüpfen und ihnen unsere moderne Maschinentechnologie vorzustellen.

Dank der zahlreichen Fortbildungsangebote konnte sich mein Team aus erster Hand informieren

Noch lässt sich aktuell zwar nicht sagen, ob wir auf dieser Veranstaltung vielversprechende, potenzielle Kunden generiert haben. Aber das Bewusstsein mehrerer Kunden für die vielen Funktionen und Vorteile unserer digitalen Lösungen für Druckweiterverarbeitung und Workflow haben wir mit Sicherheit geschärft. Zudem ergaben sich aus der Veranstaltung zahlreiche wichtige Folgeaktivitäten, von denen wir glauben, dass sie sich in den Umsatzzahlen von Müller Martini niederschlagen werden.

Dank des virtuellen Formats – und das war einer der positivsten Aspekte – konnten im Vergleich zu früheren Veranstaltungen mehr Mitglieder meines Verkaufsteams beim Summit dabei sein und mit den zahlreicheren Teilnehmern interagieren. Durch die unterschiedlichen Fortbildungsangebote erhielten meine Teams zudem Informationen aus erster Hand, was gewiss nachhaltiger wirkte als die Daten aus zweiter Hand, die sie in den anderen Jahren jeweils meinem Kurzbericht entnehmen konnten, der ihnen nach Live-Veranstaltungen zugestellt wurde.

Den direkten persönlichen Kontakt konnten die Vorteile nicht vollständig ersetzen

Die bereits erwähnten Vorteile der Online-Veranstaltung konnten die direkten persönlichen Kontakte früherer Konferenzen jedoch nicht vollständig aufwiegen. Auf solchen exklusiven Veranstaltungen werden stets viele informelle Kontakte mit wichtigen Entscheidungsträgern geknüpft, durch die wir unsere Kunden besser kennenlernen und engere Beziehungen für künftige Verkaufsaktivitäten anbahnen können. Und im Anschluss an das Tagungsprogramm gibt es jeweils ein gemeinsames Abendessen und Abendveranstaltungen, um diese Kontakte zu vertiefen.

Bei der Online-Veranstaltung wusste man nie wirklich, ob man die ungeteilte Aufmerksamkeit des Kunden genoss, und die Abendveranstaltungen nach Abschluss des Tagungsprogramms fielen natürlich komplett weg. Die persönlichen Treffen konnten auch nicht alle stattfinden, da Kunden sie unter Vorwänden problemlos absagen konnten. Bei der Live-Veranstaltung passte dies nie, weil sie sich dort verpflichtet fühlten, an allen Veranstaltungen teilzunehmen.

Für künftige Messen und Konferenzen erwarte ich eher ein «hybrides» Format

Mein Fazit: Die Vorteile der virtuellen Veranstaltung konnten deren Nachteile nicht wettmachen.

Natürlich war es angesichts der aktuellen Umstände eine gute Alternative, aber ich wünsche mir, im nächsten Jahr wieder vor Ort sein zu können. Insgesamt bin ich dennoch mit den Ergebnissen des Summit zufrieden.

Sie möchten wissen, ob derartige Online-Formate auch in der Zeit nach Corona eine Option sind? Nun, zweifelsohne haben virtuelle Veranstaltungen ihre ganz eigenen Vorteile. Daher erwarte ich für künftige Messen und Konferenzen eher ein «hybrides» Format. Dieses könnte aus realen Veranstaltungen bestehen, die durch virtuelle Aktivitäten ergänzt werden, damit auf Kundenseite mehr Teilnehmer von den Seminaren, Maschinenvorführungen usw. profitieren können.

Andy Fetherman, Vice President of Sales and Technology Müller Martini Nordamerika