



Face2Face

MÖTEN SOM FÖRÄNDRAR

fairlink

Möten som förändrar

Har du någon gång pratat med någon som inte riktigt lyssnar, utan mest håller på att formulera vad de själva ska säga så fort som du slutat prata. En person som talar till dig men inte riktigt med dig. I den typen av samtal uppstår sällan magi.

Tänk dig istället motsatsen. Att prata med någon som lyssnar öppet, aktivt och nyfiket. Någon som förstår dig och som bryr sig. Då händer något.

Björn Natthiko Lindeblad skriver i sin bok *"Jag kan ha fel"* att vi alla bör leva lite mindre med en knuten näve och lite mer med en öppen hand. Att inte leva med ett stryptag om livet utan istället med ett famntag om det. Att öppna upp, vara nyfiken och utan förutfattade meningar. Detta gäller inte minst om du ska arbeta i en monter på en mäsas.

Vi är alla olika

När mässorna öppnar upp igen har en hel del förändrats. Nya besökarbeteenden har skapats. Några besökare väljer att gå tillbaka till hur man agerade tidigare medan andra fortfarande är betydligt försiktigare. För dig som ställer ut gäller det att vara lyhörd och möta besökarna på deras villkor. Varje besökare är VIP d.v.s. en Våldigt Individuell Person.

Praktiska råd

Råd 1: Uppmärksamma detaljer

Få den du pratar med att känna sig sedd och respekterad. Ofta handlar det om att uppmärksamma detaljer. Läs av varje besökare och behandla dem som de vill bli behandlade och inte som du vill bli behandlad.

Råd 2: Var nyfiken – den du pratar med är huvudperson inte du

Ju mindre plats du tar desto mer uppskattad blir du av besökaren. Du behöver varken prestera eller visa dig smart. Istället handlar det om att stå tyst och lyssna samt då och då ställa enkla och nyfikna frågor. Att få besökarens förtroende.

Praktiska råd

Råd 3: Ställ rätt frågor och låt besökaren ta plats

Inled aldrig med frågor som besökaren enbart kan svara Ja eller Nej på ”Visst är det lite lugnare på mässan jämfört med hur det var innan pandemin?”. Risken är stor att du får ett kort Ja alternativt Nej eller att du hamnar i en karusell där du fortsätter att ställa frågor som du enbart får enstaviga svar på. Eller också hamnar du i påståenden som bara kan bekräftas av den andra vilket gör att samtalet dör ut alldeles för tidigt. Inled istället med öppna frågor. Till exempel, När, Var eller Hur. Få den du pratar med att säga meningar och inte bara korta svar. Låt besökaren glänsa, istället för att du själv ska glänsa.

Råd 4: Lyssna aktivt

Genom att ställa öppna frågor och sammanfatta det besökaren sagt ökar du besökarens förståelse för sin situation och kan snabbare ta beslut om att t.ex. byta leverantör. Upprepar du vad besökaren berättar får du dessutom tid att stanna upp och fördjupa, samt får besökaren att bekräfta vad hen egentligen menar.

Praktiska råd

Råd 5: Undvik slentrianmässiga frågor

Väck nyfikenhet och skapa förutsättningar för en intressant diskussion. Om varannan utställare på mässan inleder med: "Kan jag hjälpa till med något?", kanske inte du också ska göra det. Kan jag hjälpa till med något ger dessutom nästan alltid svaret – Nej tack, jag bara tittar.

Råd 6: Ha en tydlig tanke med varje möte

Vad vill ni ska bli resultatet av möten med olika grupper av besökare? Troligtvis har ni olika mål för olika målgrupper. Offertförfrågan, bokad möte efter mässan, kunskapsöverföring etc. Se till att detta sitter i ryggraden hos alla som arbetar i monter. Jag lovar, deras arbete blir så mycket enklare då. "Aha detta är en produktionsansvarig som inte känner till vårt företag. Då ska jag försöka leda vidare samtalet till att..."

Hjärta, hjärna och kropp

Att ARBETA (obs inte STÅ) i en monter är ett hårt arbete. För att lyckas måste både hjärta, hjärna och kropp vara väl förberedda. **Hjärtat** så att viljan att göra ett bra jobb finns. **Hjärnan** så att kunskapen om hur ett bra monterarbete går till finns. **Kroppen** så att orken finns. Är du mässansvarig är det ditt ansvar att förbereda din monterpersonal så att de har de rätta förutsättningarna för att kunna göra ett bra arbete på mässan.

Teambuilding

Ingen kedja är starkare än den svagaste länken. Något som självklart även gäller för ett monterteam. Var därför tydlig i vem som är ansvarig för vad, rollfördelningar och inte minst att alla är överens om era mäss-mål och hur ert resultat ska mätas. Skapa ett team där man arbetar tillsammans och inte var och en för sig.

Och sist men inte minst: **se till att mässhdeltagandet uppfattas som en spännande möjlighet och inte som en tråkig plikt.**



Mikael Jansson

Mikael Jansson har sedan 1980-talet arbetat med olika evenemang och deras utveckling. Både ur ett arrangörs- och ett deltagarperspektiv. I sin verksamhet som CEO för Fairlink, har han varit med och analyserat många av de största svenska evenemangen och utbildat tusentals utställare.

Mikael är en flitigt anlita föreläsare och workshopledare och har dessutom skrivit flera böcker i ämnet. Bland böckerna kan särskilt nämnas Att tända en Supernova som handlar om att skapa Superevenemang samt boken Mässguru som är en handbok för utställare. Mässguru har översatts till många olika språk och sålts i över 50 000 exemplar, vilket gjort den till världens mest sålda mässbok.

Sedan 2020 sitter Mikael även med i regeringens publikråd som planerar evenemangens återstart efter pandemin samt diskuterar riktlinjer tillsammans med Folkhälsomyndigheten.

Mikael på LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/mikael-jansson-5692b4>

Tel: 070-744 29 70

Mail: mikael.jansson@fairlink.se

Om Fairlink

Det är lika bra att vi erkänner det direkt – vi älskar mässor och evenemang, men vi gör det inte urskillningslöst utan för oss är det viktigt att förstå. Varför är vissa mässor bättre än andra och hur kan två utställare som står bredvid varandra få två helt olika resultat?

Sedan 1986 arbetar vi med nästan samtliga av Sveriges största mässor och mässarrangörer. Genom åren har vi intervjuat hundratusentals besökare och utställare. Dessutom har vi medverkat på otaliga strategimöten och utställarträffar. Både nationellt och internationellt. Vi har lärt oss vad mässbesökare vill ha och hur utställarna bör agera för att få ut mesta möjliga effekt av ett mässdeltagande.

Men det räcker inte med att vi och arrangörerna vet mycket om mässor. 2004 startade vi därför projektet mässguru som riktade sig till utställare. Vi började utbilda utställare i hela Sverige och berättade om våra erfarenheter och gav handfasta råd för att utöka utställarnas ROE (Return On Events). Vi skrev boken Mässguru, som blivit världens genom tiderna mest sålda mässbok med en upplaga på över femtiotusen exemplar på flera olika språk. För att ytterligare hjälpa utställarna startade vi, några år senare, en snabb och enkel utvärderingstjänst. På det sättet kunde vi hjälpa utställarna att fullborda mässcirkeln, det vill säga att både utbilda inför ett deltagande – mäta effekterna av deltagandet – dra slutsatser inför nästa mässdeltagande.

Från början hette vi Nordiska Undersökningsgruppen men vintern 2013 köpte vi Fairlink, som var branschorganisationen för mässor. All vår verksamhet samlade vi sedan i Fairlink och hade därmed skapat ett unikt kompetenscentrum för mäss- och mötesbranschen, med ett stort utbud av olika utbildnings- och utvärderingstjänster. Vi tror inte, vi vet vad som fungerar och vad som inte gör det.

fairlink

VI SÄTTER VÄRDE PÅ MÄSSOR

FAIRLINK ÄR NORDENS STÖRSTA ANALYS OCH UTBILDNINGSFÖRETAG
INOM MÄSSBRANSCHEN.

FÖRUTOM MÄSSBRANSCHEN ARBETAR VI INOM EN RAD ANDRA
BRANSCHER OCH GENOMFÖR UNDERSÖKNINGAR OCH ANALYSER.

WWW.FAIRLINK.Se

INSTAGRAM: [fairlinksverige](https://www.instagram.com/fairlinksverige)

TEL +46 70 744 29 70

ELMIAVÄGEN 11, 554 54 JÖNKÖPING

