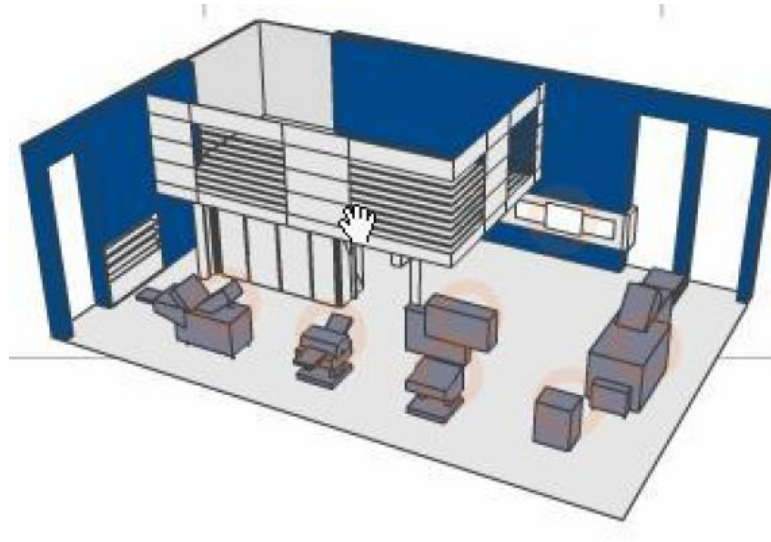


Die neue Generation der B-to-B-Messen

17.07.2006, 14:48 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *zeitspringer*

Presseagentur: *LeuchtFeuer*



Der virtuelle Messestand der Weber Maschinenbau GmbH

Im April dieses Jahres hatte die Anuga FoodTec die internationale Lebensmitteltechnologie-Branche nach Köln gerufen. Das Unternehmen Weber Maschinenbau GmbH, einer der Weltmarktführer im Bereich der lebensmittelverarbeitenden Industrie präsentierte sich mit einem eindrucksvollen Messestandkonzept, das viele Interessenten und bestehende Weber-Kunden anlockte. Und das nicht zuletzt durch ein besonderes Highlight, mit dem die Hightech-Company einmal mehr für neue Maßstäbe im Maschinenbau sorgt. Weber präsentierte auf der Anuga die Schnittstelle zur virtuellen Welt und gab damit den Startschuss für den ersten virtuellen Weber-Messestand. Somit sind Weber-Produkte und -Dienstleistungen nicht nur für die begrenzte Anzahl von Tagen einer realen Messe wie der Anuga FoodTec zu betrachten, sondern parallel zur realen Messe oder auch unabhängig davon, via Internet, rund um die Uhr, von jedem Platz der Welt aus.

Aber der von der Agentur die zeitspringer, Münster konzipierte Online-Messestand bietet noch weitere Vorteile: Weber erreicht dadurch potenzielle Kunden, die bisher den Weg zur realen Messe nicht finden konnten. Denn für viele Interessenten besteht aus Zeitgründen nicht immer die Möglichkeit alle Messen zu besuchen. Ein entsprechender virtueller Messestand ist aber sehr schnell und kostengünstig erreicht. Damit erhöhen sich für Weber die Zahl der Kontakte und die Reichweite - weil Distanz keine Rolle mehr spielt.

Der virtuelle Weber-Messestand bietet zudem viele Optionen, potenzielle Kunden kennen zu lernen, neue Kontaktadressen zu bekommen und Interessenten zu qualifizieren.

Um dies zu erreichen, setzen die zeitspringer Kommunikations- und Analyse-Instrumentarien ein, die die Zahl der Online-Besucher steigern. Hierbei steht nicht eine hohe Klickrate an erster Stelle, sondern die Rate der qualifizierten Besucher.

Der Weber-Online-Messestand bringt einen signifikanten Zeitvorteil für die Interessenten und natürlich auch für das Unternehmen mit sich. Weber spart nicht nur Reisezeit, sondern auch viel Zeit für die Produktion, die Gestaltung und den Auf- und Abbau des Messestandes. Denn nach dem Aufsetzen der virtuellen Messe sind die Folgekosten gering. Apropos Kosten – Reisekosten, Stand, Standmiete, Standpersonal und all die Kleinigkeiten, die bei jeder Messe an

monetärem Aufwand zu berücksichtigen sind, fallen nicht an.

Neben der benutzerfreundlichen Navigation wird dem Besucher des virtuellen Messestandes durch das zeitspringer-Konzept eine Erlebnis- und Informations-Architektur geboten, die den fehlenden Event-Charakter einer realen Messe zum Teil egalisiert.

Zu entsprechend aufbereiteten relevanten Inhalten werden dem User Mehrwerte, unter anderem multimediale Produktpräsentationen angeboten.

Publiziert wird dieser neue Vertriebskanal über ein crossmediales Kommunikationskonzept.

Der virtuelle Messestand ist zu erreichen unter www.weber-net.com.

die zeitspringer - Agentur für digitale Markenführung
Michael Schorsch
0251-9870424
m.schorsch@zeitspringer.de

Portrait

Nähere Informationen unter: www.zeitspringer.de

News-ID: 93458 • Views: 136 (Stand: 05.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/93458/Die-neue-Generation-der-B-to-B-Messen.html>