

CCW 2018: Alles für den gesunden Kundenkontakt

Wir wollen gesund sein – aber wo ist der Zucker?

Auf der CCW 2018 haben wir mit unserem Motto „Gesunder Kundenkontakt: Schlanke Prozesse – fitte Agenten“ auf dem Enghouse-Stand direkt ein fettes Ausrufezeichen gesetzt:

Unsere Lösungen machen „ihr“ Unternehmen heute schon besser – und sind kein verspieltes Zukunftsversprechen basierend auf irgendwelchen Buzzwords der Branche!

Es lohnt sich, sich auf seine Stärken zu konzentrieren – und entsprechend war die Motivation im gesamten Team, auch in den Wochen vor der Messe, spürbar hoch. Mit der Anreise nach Berlin am Tag vor der Messe konnte es nun endlich losgehen!



Mit Kartons voller Technik, Broschüren & Give-Aways sind wir aus Ahlen, Leipzig, Reading und noch ganz andere Ecken angereist und waren bereit für das sogenannte „Klassentreffen der Branche“. Der Stand war vom fleißigen Messebauer in Rekordzeit aufgebaut und so konnten „fix“ die Demo-Plätze installiert und der beeindruckende 36m²-Stand bestaunt werden.

Manch einer hatte sich zu Hause keine Stullen für die Fahrt eingepackt – und hoffte zur Überbrückung bis zum Partner-Kickoff-Dinner auf die obligatorische Gummibärchen-Tüte am Messestand. Aber no way: Gesund ging diesmal vor und die Obst-Smoothies sollten erst am nächsten Tag am Stand gemixt werden.

Partner-Kickoff in der vollen „Föllerei“

Und dann nix wie los ins kleine, aber feine Restaurant „Föllerei“ im Herzen von Neukölln – ein wirklich uriger Laden im schönsten Berliner-Chic. Schnell wurde klar: Die reservierten 25 Plätze würden nach einigen spontanen Zusagen unserer Partner nicht ausreichen – zumal die „Föllerei“ aufgrund der Größe der Räumlichkeiten offensichtlich nicht viel mehr als 30 Personen gleichzeitig bewirten kann. Nach ein paar sehr aufgeregten Gesprächen mit der – später wesentlich entspannteren – Wirtin konnten wir uns dann doch so aufteilen, dass es richtig gemütlich wurde.



Viele kleine, leckere Gänge ließen den Abend immer länger werden – so dass die 3 Dessert-Gänge dann doch im Sinne der Fitness für den ersten Messetag gemeinsam kredenzt wurden.

Erster Messetag – von fruchtigen Smoothies & glücklichen Partnern

Am Dienstag wurden die Pforten für die Messebesucher geöffnet und unser Team ging mit chicen Obst-Fliegen um den Hals (inklusive farblich abgestimmten Socken) einheitlich, frisch ans Werk. Die am Stand gemixten Smoothies (Fun Fact: Der Renner war tatsächlich der giftgrüne Detox-Mix mit ganz viel Grünzeugs drin) waren so lecker, dass unser Standpersonal auch selbst gerne mit einem Gläschen in der Hand auf die Messebesucher zugegangen ist. Insgesamt wurden auf dem Enhouse-Stand weit über 100 Liter Fruchtmix durch den Strohhalm geschlürft. Vitamin-Schocks waren also nicht ausgeschlossen.

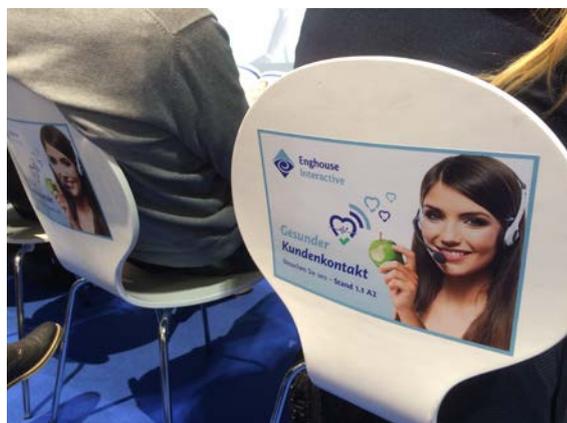


Alles in allem war der Stand – vielleicht mit Ausnahme des letzten Messetags (also der Morgen nach der Party) - immer gut besucht. Es wurden erfolgreiche Gespräche und Präsentationen mit Interessenten durchgeführt, aber auch alte Bekannte oder die Kollegen von unseren Partnern begrüßt.

Apropos Partner: Auch diese konnten von der Motivation im Sales-Team in diesem Jahr mehr als profitieren. Funktionierende Demo-Points an den Partner-Ständen und eine fast ständige Verfügbarkeit eines Enhouse-Kollegen bei Gesprächen mit Interessenten - da blieb dann auch das positive Feedback nicht aus.

Große Bühnenpremiere für Peter & Jan und DDV-Event mit Visionen

Am Dienstag-Nachmittag kam es dann im Messeforum zu einer Enhouse-Doppelpremiere: Channel Sales Director Peter Linnemann und Presales-Chef Jan Lutter wagten mit Ihrem Vortrag „Gesundheits-Checkup: Wie fit ist Ihr Contact Center im digitalen Zeitalter?“ den Sprung auf die große Bühne. Wohingegen vom Team nur positives Feedback zu hören gewesen ist, hielten es die beiden Protagonisten im Nachgang eher mit selbstkritischem, westfälischem Understatement. Wobei sich der Autor dieses Textes die Frage stellt, ob es „westfälisches Understatement“ überhaupt gibt?! 😊



Am Abend ging es dann für das Direct-Sales-Team zusammen mit der Marketing-Delegation zum feinen Abend-Event „Visionäre im Dialog“ Richtung Potsdamer Platz – organisiert vom Branchenverband DDV. Neben der Chance zum Netzwerken in edler Atmosphäre, ging es vielen Besuchern dann doch auch um das leckere Buffet – da braucht man gar nicht um den heißen Brei herumreden.

Zweiter Messetag – Vollgas bis zur Messeparty

Die alten Hasen im Team ahnten es schon – für die Frischlinge war es eine neue Erfahrung: Am zweiten Messetag war die Frequenz an unserem Stand nochmals deutlich höher als am Vortag. Allerdings waren die Abläufe jetzt auch schon besser eingespielt und wir hatten das Gefühl, dass die Messe gerne auch zwei Wochen lang sein dürfe. Okay, das vielleicht nun auch wieder nicht.



Übrigens wurde das Standpersonal auch durch einige Kollegen bereichert, die sonst seltener in den Büros in Ahlen, Leipzig oder Hallbergmoos auf der Matte stehen: Die Produktmanager Patrick Kusseneers (BE), Niels Richthof und Rupert Adair (beide UK), oder aber Gavin Pickets aus dem UK-Sales und der CC:SP-Experte Vlado Orsholits (CH) hatten weitere Anreisen in Kauf genommen, um mit dabei zu sein.

Die obligatorische Messeparty verlief dann wie erwartet – mit einem tollen Buffet, vielen Getränken und nicht ganz so tollen Show-Acts wie in den Vorjahren wie aus vielen Perspektiven überliefert, aber mit intensiven Tanzeinlagen und dem nachträglichen Versprechen unseres Marketing Directors aus UK, einen DiscoFox-Tanzkurs zur Vorbereitung zur nächsten CCW zu absolvieren. Zusatz vom Marketing-Neuzugang in Ahlen: Nicht wenige schmückten ihre Zimmertüre in der Frühe mit „Bitte nicht stören“-Schildern...

Letzter Messetag – Skateboard-Diebstahl & Abreise-Probleme

Der letzte Messetag war dann auch geprägt von „kleinen Augen“ nach der Partynacht – und auch das spürte man beim Zuschauerfluss auf der CCW 2018. Nichtsdestotrotz wurde unser Messe-Motto weitergelebt und der Smoothie-Fluss wollte nicht versiegen.

Eine Anekdote am Rande: Ein Sales-Kollege bat ein Teammitglied aus dem Marketing darum, während seiner Abwesenheit auf ein hart erkämpftes Giveaway eines Ausstellers, ein Skateboard, gründlich aufzupassen. Leider wusste die Kollegin nicht, dass von diesen exklusiven Rollbrettern mehr als nur eines verteilt worden war. Und so entriss Sie voller Pflichtbewusstsein und einen dreisten Diebstahl ahnend einem vorbeilaufenden jungen Mann nach kurzem Disput sein Skateboard – um im Nachgang feststellen zu müssen, dass hinter dem Messestand nun zwei Exemplare lagen. Zur Beruhigung der Leserschaft: Der Fall konnte gütlich geklärt werden. Zusatz vom Marketing Ahlen: Ob sich aber hier noch eine vernünftige Basis für zukünftige geschäftlich gewinnbringende Beziehungen finden lässt, ist noch unklar.



Für einige Kollegen bedeutete die Abreise dann nicht nur Abbauen, Einladen und Losfahren – sondern insbesondere für die England-Legionäre wurde aufgrund der britischen Großwetterlage (es hatte wohl geschneit) die Heimfahrt zur Tortur – oder gar nicht möglich. Tatsächlich musste Gavin aufgrund von gestrichenen Flügen seinen Berlin-Aufenthalt um einige Tage verlängern. Rupert hingegen wollte mit seiner Frau ein verlängertes Wochenende in der Hauptstadt verbringen – doch auch Ihr Flieger Richtung Berlin durfte wetterbedingt nicht abheben. Wäre das ohne BREXIT nicht passiert? Wir wissen es nicht.

Nach der Messe ist vor der Messe – Lob & Learnings für 2019

Schon während der drei Tage haben wir uns im Team gegenseitig und über alle Abteilungen hinweg für die coole Messe-Performance auf die Schultern geklopft – aber natürlich auch im Sinne der Optimierung für einen noch gesünderen Kundenkontakt zeitgleich über Verbesserungen fürs nächste Mal diskutiert. Die Bereitschaft zu Lob und konstruktiverer Kritik lässt nur gutes Hoffen für die CCW 2019!