

Gut geplant ist halb gewonnen

5 Tipps für erfolgreiches Veranstaltungsmanagement

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Messesaison ist bereits in vollem Gange. In den nächsten Wochen finden zahlreiche Messen, Tagungen, In-House-Veranstaltungen und Get-Together statt, deren Ziel es ist, Wissen zu vermitteln, Produkte und Unternehmen zu präsentieren und Kunden überzeugen. Jeder Auftritt eines Unternehmens will hier natürlich genauestens vorbereitet sein. Doch wie gehen die firmeneigenen Event-Manager das am besten an? Das Marketing-Team von Cewe-Print gibt 5 Tipps:

1. Briefing – Ziele festlegen

Einer der am meisten unterschätzten Teile der Eventplanung ist das Briefing. Denn hier legen Unternehmen das Ziel fest, das mit der Veranstaltung erreicht werden soll. Ist dieses jedem klar, kann das gesamte Event-Team darauf hinarbeiten und so fokussierter, effektiver und kostengünstiger vorgehen. Ein Briefing legt fest, welche Ziele und Zielgruppen erreicht werden sollen, welche Produkte, Services oder Ideen beworben werden sollen, wann und wo das Event stattfindet und wieviel Budget zur Verfügung steht. Zudem sollten Kriterien festgelegt werden, nach denen die Veranstaltung im Nachhinein bewertet werden kann z.B. soll eine bestimmte Anzahl an



Abschlüssen oder Leads erreicht werden oder soll es eine bestimmte Teilnehmerzahl geben? Daneben ist es wichtig, frühzeitig in sozialen Netzwerken und relevanten Medien auf die Veranstaltung bzw. die Teilnahme des Unternehmens hinzuweisen, sodass bestehende und potentielle Kunden sie bei Ihrer Planung berücksichtigen können. Auch Vorträge, die gehalten werden, sollten frühzeitig bekannt gegeben werden, damit Interessierte sie auf dem Schirm haben. Aber auch die eigene Planung darf nicht zu kurz kommen: Gibt es bei Messen beispielsweise Stände von Kunden, Partnern oder Mitbewerbern zu besichtigen oder relevante Vorträge, die Mitarbeiter besuchen sollten?

2. Neuigkeiten hervorheben und Testläufe starten

Auf Messen und Veranstaltungen zählen Neuigkeiten. Warum sollten Besucher einem Unternehmen Zeit schenken, das nichts Neues zu bieten hat? Für Veranstaltungsmanager lohnt es sich daher, zu überlegen, was sie präsentieren wollen. Diese Neuigkeiten sollte jeder Mitarbeiter auf der Veranstaltung kennen und in wenigen kurzen und präzisen Sätzen nennen können. Damit dies flüssig gelingt ist es wichtig, dass alle Mitarbeiter vorher mehrere Probeläufe absolvieren in denen sie neben der Präsentation der wichtigsten Neuigkeiten üben Besucher anzusprechen, Fragen zu beantworten und Informationen zu erteilen. Je besser alle Beteiligten die Abläufe kennen, desto sicherer werden sie auf der Messe agieren.

3. Materialien rechtzeitig bestellen und passend gestalten

Marketingmaterialien müssen zum Unternehmen passen. Eine Firma, die beispielsweise mit Luxusprodukten wirbt, sollte auch auf hochwertige und veredelte Flyer und Broschüren setzen, um den Gesamteindruck zu wahren. Insgesamt sollten alle auf einer Veranstaltung ausliegenden Materialien kurz und präzise wichtige Informationen übermitteln und aufzeigen, wo interessierte Leser weitergehende Literatur finden können. Auch die Werbetechnik auf der Veranstaltung – von Messewänden und -theken bis hin zu Roll-Ups – sollte gemäß dem Image des Unternehmens gestaltet sein und hochwertig aussehen. Dabei darf sie ruhig kreativ designt sein und aus der Masse herausstechen – denn gerade auf Messen gilt es, Besucher an den eigenen Stand zu locken. Wichtig ist auch, relevante Materialien rechtzeitig zu bestellen und Lieferzeiten einzuplanen. Denn auf einer Veranstaltung zu wenig Flyer und Co. zu haben, wirkt unprofessionell.

4. Während der Messe

Ein Vortrag über Neuigkeiten oder spannende Änderungen kommt auf jeder Veranstaltung gut an. Egal ob in großem Rahmen oder am Messestand – kurze Vorträge zahlen sich aus, um Besucher anzusprechen. Doch auch sie wollen gut vorbereitet sein. Ebenso wie der Messeauftritt der Mitarbeiter. Es sollte vorab geklärt werden, ob es eine Kleiderordnung gibt und wenn ja, wie diese aussieht. Visitenkarten sollten für alle Mitarbeiter in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen und auf dem aktuellsten Stand sein. Auch die Grundregeln des Visitenkartenaustauschs sollten sich Veranstaltungsteilnehmer noch einmal verinnerlichen: Visitenkarten achtsam übergeben und auch die empfangenen Karten sorgfältig behandeln also nicht gleich einstecken, sondern mit aufmerksamem Blick betrachten und nicht beschriften.

5. Eventnachbereitung ist Trumpf

Ein Event ist schnell vorbei. Damit es nicht ebenso schnell vergessen ist, sondern eine langanhaltende Wirkung entfaltet, müssen Unternehmen es sorgfältig nachbereiten. Das heißt, dass gesammelte Kontakte mit einer persönlichen E-Mail kontaktiert werden und so Ideen und Gespräche, die während der Veranstaltung entstanden und geführt worden sind, wieder aufgenommen werden. Wurden Vereinbarungen getroffen, wie beispielsweise das Zusenden bestimmter Informationen oder eines Angebots, müssen diese auf jeden Fall eingehalten werden. Auch auf den Kanälen der sozialen Medien sollten Unternehmen die Messe noch einmal Revue passieren lassen und den Followern, die nicht teilnehmen konnten, so einen Eindruck vermitteln.

Mit freundlichen Grüßen

Nina Möller

PR-Beraterin

SZ Scala GmbH

Ein Unternehmen des Süddeutschen Verlages, München,
einem Tochterunternehmen der Südwestdeutschen Medienholding, Stuttgart
Hultschiner Straße 8, 81677 München
Telefon: +49 (0) 89 21 83 – 7234
Telefax: +49 (0) 89 21 83 – 7212
E-Mail: nina.moeller@sz-scala.de

Sitz der Gesellschaft: München
Eingetragen beim Amtsgericht München unter: HRB 168626
Geschäftsführer: Stefan Hilscher, Dr. Karl Ulrich
USt-IdNr.: DE 216788809

