



Wie Hausmesse und Co. Ihr Marketing bereichern

Ein Firmen-Event trägt heutzutage nicht nur dazu bei, die Kohärenz zwischen Mitarbeitern zu fördern oder neue Kundenkontakte aufzubauen, sondern auch dazu, die Sympathie des eigenen Kundenkreises zu fördern. Auf Veranstaltungen wie z.B. Hausmessen oder Frühjahrsausstellungen haben Firmen aktiv die Chance, mit den verschiedensten Teilnehmern in Kontakt zu treten und persönlich das Unternehmen zu vertreten. Erfolgreiche Events hinterlassen einen nachhaltigen Eindruck beim Publikum. Wie wird das lukrativ genutzt und welche Unternehmensbereiche wechseln sich bei der Gestaltung einer solchen Veranstaltung ab?

Das Eventmarketing

Eventmarketing beschreibt die gezielte Einplanung von internen und externen Events in die Marketingstrategie. Hier wird unterschieden, ob das Unternehmen sich auf einer fachspezifischen Messe als Teilnehmer präsentiert oder ob dieses selbst eine Veranstaltung ausführt (Hausmesse, Tag der offenen Tür, etc.). Diese Marketingstrategie zählt zu den bekannten Below-the-line Maßnahmen. Das bedeutet: Es wird versucht über eher unkonventionelle Kommunikationswege die Zielgruppe aktiv und persönlich anzusprechen.

Was ist zu beachten?

Heutzutage fällt es Unternehmern oftmals schwer, die Aufmerksamkeit auf

sich zu lenken und wichtige Informationen den gewünschten Adressaten publik zu machen. Auch das Eventmarketing wird von vielen Konkurrenten bereits genutzt, weshalb es einige Aspekte zu beachten gibt, um ein erfolgreiches Event aufzusetzen:

- Die Zielgruppe sollte mit Bedacht gewählt werden, da ein Eventmanager nur so sichergehen kann, auf die Bedürfnisse des jeweiligen Publikums eingehen zu können. Durch das richtige Targeting kann die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zudem die passenden Kommunikationskanäle wählen.
- Klar definiert sollte auch das Kommunikationsziel sein. Was möchten Sie Ihren Interessenten vermitteln? Dieses Ziel kann die Ankündigung eines neuen Produktes bzw. einer Marke sein oder die Vermittlung wertvollen Wissens.
- Schaffen Sie ein Erlebnis, denn nur diese bleiben längerfristig im Bewusstsein der Menschen und schaffen ein Momentum. Das bedeutet, Ihren Interessenten muss ein positiver Mehrwert geschaffen werden, beispielsweise durch Charme, Bewirtung, attraktive Unterhaltung und spannende Innovationen.
- Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sollte einhergehend über zielgruppenrelevante und weitreichende Kanäle auf das Event aufmerksam machen: Keine Veran-

staltung ist zu klein, um beworben zu werden. Sie geben Workshops? Dann erzählen Sie Ihrem lokalen Publikum davon.

- Ein weiterer wichtiger Punkt ist Individualität: Bei der Einladung angefangen bis hin zu interaktiven Angeboten rund um das jeweilige Event, die exklusive Inhalte bieten.

Welche Vorteile bietet das Eventmarketing?

Veranstaltungen bieten vor allem eine einzigartige Chance, interaktiv mit dem Ziel-Publikum in Kontakt zu treten und besondere Erinnerungen und Werte zu schaffen. Es wird eine effektive Plattform geschaffen, um Informationen zu vermitteln und das Unternehmen in das rechte Licht zu rücken. Zudem wird Seriosität vor potenziellen Kunden geschaffen, welche nebenbei mit Sympathie gespickt werden kann – Kunden können sich eher mit den Personen hinter einem Produkt oder einer Dienstleistung identifizieren.

Nebenbei wirken sich gut organisierte Events positiv auf die eigenen Mitarbeiter aus: Betriebsausflüge steigern z.B. das Teambuilding und die Einsatzbereitschaft Ihrer Kollegen und wirken im Nachgang attraktiv auf potenzielle Bewerber.

Eventmarketing erfolgreich in die Tat umsetzen

Diese Vorteile können Eventmanager heutzutage gut nutzen, die Hürden kommen meist jedoch bei der Vermarktung der jeweiligen Veranstaltung. Wie werden überregional Interessenten erreicht und überzeugt, sodass diese den Weg auf sich nehmen, um das jeweilige Event zu besuchen? Wie schaffen es Messen, wie beispielsweise die IAA, internationale Besucher anzuziehen?

Der Schlüssel liegt in der Verbreitung der Nachricht: Über gut ausgelegte Kommunikationswege und die zielgerichtete Ausrichtung erreichen diese Termine die gewünschten Personen.

Fazit

Durch die Veranstaltung von und Teilnahme an Events haben Unternehmen die Chance, eine Vielzahl von Aspekten abzudecken. Hier können aktiv Kunden gewonnen, Missverständnisse geklärt und Neuerungen effektiv präsentiert werden. Das Unternehmen bekommt ein seriöses Gesicht.

Die geeignete Zielgruppe und Ansprache sind der Schlüssel zu einem erfolgreichen Event. Gerade für jüngere Unternehmen und Start-ups ist die Planung, Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte für den Erfolg und die Positionierung im Markt sehr wichtig. Die breit gefächerten Möglichkeiten der Online-PR helfen hier, stimmige Inhalte zu platzieren und eine an die individuellen Zielgruppen abgestimmte Kommunikationsstrategie umzusetzen. Unterstützung finden Sie hier z.B. durch Tools wie „MyEvents“ der PresseBox.

PresseBox
unn UNITED NEWS NETWORK GmbH



Die PresseBox ist ein seit 18 Jahren am Markt etabliertes PR-Portal mit Fokussierung auf die Bereiche IT, Technologie und Industrie. Während Journalisten und Meinungsmacher die PresseBox als umfangreiche Recherchequelle zur Unterstützung ihrer täglichen Arbeit nutzen, wickeln tausende Firmen jeder Größe ihre externe Unternehmenskommunikation über die PresseBox ab.

Sie erhalten bei der PresseBox ein Rundum-Paket für nachhaltig erfolgreiche Pressearbeit und profitieren von einer reichweitenstarken Veröffentlichung von Pressemitteilungen, News, Stellenanzeigen und Firmen-Events. Die Kombination aus zielgerichteter Distribution, umfangreichem PR-Management, integrierter Analyse und individuellem Service macht die PresseBox zu einem unverzichtbaren PR-Werkzeug für langfristigen PR-Erfolg.

Ihre Events auf der PresseBox:
www.pressebox.de/info/produkt/dashboard/myevents/