



Das Event-Barometer schlägt weiter aus

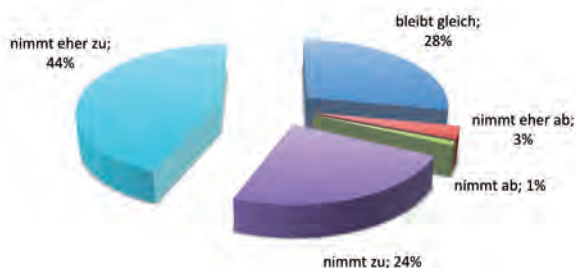
Die richtige Location entscheidet über den Erfolg

Das Event-Barometer steigt weiter. Veranstaltungen werden für Firmen immer wichtiger, um den persönlichen Kontakt zu Kunden und Geschäftspartnern, aber auch die Identifikation der Mitarbeiter zum Unternehmen zu fördern.

Foto: Vogelsänger Event GmbH

Der Trend geht zu kleineren Events oder Veranstaltungen, jedoch wird jeder dritte Euro des Marketingbudgets inzwischen für Events und Messen ausgegeben.

Zukünftige Bedeutung von Events in Unternehmen



Das sind die Ergebnisse einer Umfrage, die von der Nachrichtenagentur ptesstext.europa (pte) zu Jahresbeginn in Kooperation mit den Casinos Austria in Wien und der Avantel Hotel Reservierung in Aachen durchgeführt wurde. Die Ergebnisse geben Aufschluss darüber, daß sich der Eventboom weiterentwickelt und noch lange nicht ausgereizt ist. Jubiläen, Produktlaunches¹, Eröffnungsereignisse, Promotion², Roadshows³, Incentiveveranstaltungen, Weihnachtsfeiern, etc. sind

1: Mit dem Produktlaunch beginnt die zur Verfügung Stellung eines Produktes am Markt.
2: Promotion steht für die Vermarktung eines Produktes im Allgemeinen.
3: Eine Roadshow bezeichnet eine Präsentation auf Tournee und stammt ursprünglich vom Strassentheater ab.

inzwischen für jedes zweite Unternehmen Anlass, Mitarbeiter und Kapital zu binden. Für zwei Drittel der Firmen gewinnt die Bedeutung von Events weiter an Charme, ebenso viele nutzen Events und Feierlichkeiten zum Ausbau persönlicher Kontakte, welche im Tagesgeschäft über elektronische Kommunikation Gefahr laufen zu verkümmern. Holen Sie virtuelle Kontakte in

HOLEN SIE VIRTUELLE KONTAKTE IN DIE REALE WELT

die reale Welt, und Sie werden begeistert sein, was in der Folge passiert oder eben nicht mehr passiert.

Trotz des Eventbooms, erlaubt man sich bei dem dafür locker gemachten Budget keine großen Sprünge. Budgets von 100.000 € und mehr pro Jahr bleiben eher die Seltenheit. Drei von vier Unternehmen liegen unter 50.000 € und gut 50% davon sogar unter 10.000 € pro Jahr. Nicht eingerechnet ist bei der Sparvariante der Personalaufwand mit eigenen Mitarbeitern, die zudem im Tagesgeschäft fehlen. Das spricht sehr für Eventagenturen.

Verglichen mit weiteren Marketingmaßnahmen behalten Events aber einen hohen Stellenwert. Ca. 25% des Budgets für Marketing gehen für Events drauf. Messeauftritte mal außen vorgelassen. Unter Berücksichtigung dieser, sind es sogar 38 %.



Die richtige Event-Location ist das A und O für den Erfolg eines Events und steht an oberster Stelle. Aber wie läuft die Suche nach der geeigneten Eventlocation ab? Selbstverständlich versucht man sich zunächst online einen Überblick zu verschaffen, um dann persönlich sein Urteil zu festigen. So die Theorie! Ähnlich wie in der Callcenter-Branche gibt es unzählige Locations mit den unterschiedlichsten Möglichkeiten. Wer hier nicht genau seine Anforderung und Ziele definieren kann oder keine konkreten Vorstellungen hat, hat's schwer. Zwei Drittel

DIE RICHTIGE EVENT-LOCATION IST DAS A UND O FÜR DEN ERFOLG EINES EVENTS

der Unternehmen arbeiten zu solchen Anlässen mit externen Agenturen. Warum auch nicht das Know-how nutzen, um die Firmenphilosophie gekonnt umzusetzen, ein planbares Budget zu kalkulieren und für unvorhergesehene Eventualitäten am Tag der Tage ein verlässliches Backup zu haben.

Was müssen Sie also beachten, bei der Auswahl der richtigen Location? Eine Checkliste vor Besichtigung, um keine Details zu vergessen, die bereits im Vorfeld bekannt sind, ist absolut empfehlenswert.

Eine Checkliste könnte folgende Fragen beinhalten:

- Entspricht die Event-Location Ihren Vorstellungen und Erwartungen?
- Genügt sie den Ansprüchen der Teilnehmer?
- Entspricht das Ambiente (Eingang/Räumlichkeiten) dem Charakter des geplanten Events?
- Gibt es genügend Möglichkeiten die eigene Marke/Firma zu präsentieren? (Flaggen, Bilder, Beamer, Beleuchtung, etc.)
- Entspricht die Größe der Räumlichkeiten den Anforderungen (weder zu groß noch zu klein ist gut)?

- Lässt die Event-Location dem Veranstalter und den Teilnehmern genügend Freiräume?
- Können Außenbereiche z.B. für die Pausen oder Outdoorprogramme mit genutzt werden?
- Sind besondere Lärmschutzvorschriften zu beachten?
- Sind die Räumlichkeiten nicht nur ansprechend, sondern auch funktionell?
- Gibt es für Ihren Event Zusatzräume für Personal, Presse, VIP, Aufenthaltsräume für Referenten und Künstler, Stauraum oder Zwischenlager?
- Sind Einschränkungen zu beachten, die für Ihr Event wichtig und von Bedeutung sind, z.B. schlechte oder unzureichende Zufahrtswege für Zulieferer?
- Entspricht die technische Ausstattung den Anforderungen der Veranstaltung, was ist vorhanden und was muss zusätzlich zum geplanten Event mitgebracht werden?
- Was steht an Kommunikationsmitteln wie Telefon, Fax, Internetzugang, usw. zur Verfügung, gibt es in der gesamten Event-Location W-LAN-Anschluss oder nur in bestimmten Bereichen?
- Ist die Akustik gut und sind die Räumlichkeiten akustisch abtrennbar?
- Gibt es eine Hausordnung, die einzuhalten ist und evtl. die Veranstaltung in einzelnen Bereichen einschränkt?
- Stehen zum Zeitpunkt Ihres geplanten Events ausreichend Zimmer zur Übernachtung für die Teilnehmer, Gäste und Ihr Personal in der Event-Location oder in unmittelbarer Umgebung zur Verfügung und wie sind die Zimmer ausgestattet?
- Entspricht das Angebot des Caterers Ihren Vorstellungen und genügt es den Ansprüchen Ihrer Teilnehmer?
- Sind ausreichende Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe zur Event-Location vorhanden?

Den zweiten Platz teilen sich das Eventprogramm und das Catering⁴. Sind diese Punkte erfüllt, ergeben sich alle anderen Faktoren wie Stimmung, Unterhaltung, etc. von ganz alleine. ►►

4: Catering ist eine professionelle Bereitstellung von Speisen und Getränken an einem beliebigen Ort.

Anzeige

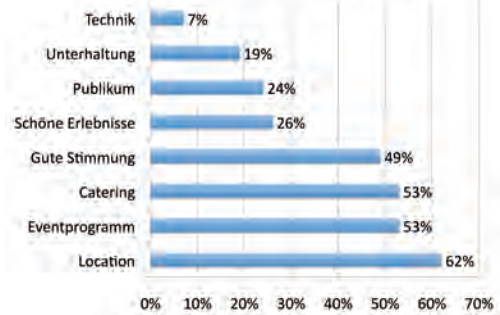
simply orange
agentur für eventmarketing

bildäckerweg 5a
82110 germering
fon +49.89.86 487 136
fax +49.89.86 487 134
mobil +49.172.88 888 36
events@simply-orange.de
www.simply-orange.de

dirk roedel
kommunikation + events!



Wichtigste Faktoren bei Events



Bei der Betrachtung eines Events teilt sich dieses in zwei Hälften. Zum Ersten, geht es hier um den administrativen/operativen Teil, was Vorbereitung, Ablauf und Planung angeht. Also alles, was im Background durch den Ausrichter und Organisator passiert. Der zweite Part betrifft die Teilnehmer, deren Er-

HIER GEHT ES IM WESENTLICHEN UM EMOTIONEN

wartungen es zu erfüllen gilt. Hier geht es im Wesentlichen um Emotionen. Diese werden sicherlich bei verschiedenen Anlässen unterschiedlich forciert, bestechen aber meist durch Musik und Licht. Der Bänker, der gerade eine Auszeichnung erhält, wird den Event in guter Erinnerung behalten, weil es für ihn ein Meilenstein der Anerkennung ist. Die Weihnachtsfeier lebt von Wärme und Gerüchen und wiederum ein Produktlaunch sollte von dem richtigen Licht in Szene gesetzt werden. Das ausgesprochene Ziel eines jeden Events: „Ein erinnerungswürdiges Ereignis geschaffen zu haben“. Und wie könnte dies besser gelingen, als mit Gänsehautfeeling.

Vielen Dank an Dirk Roedel von der agentur simply orange und Kai Vogelsänger von der Vogelsänger Gruppe für das zur Verfügung gestellte Bildmaterial.

Hinweis vom SCOUT: Wenn Sie all das beachten und Ihre Events trotzdem permanent in die Hose gehen, überlegen Sie sich, ob Sie, je nach Event, die passenden Mitarbeiter oder Kunden haben. Jede Party orientiert sich in erster Linie an den Teilnehmern. Manchmal tut's auch der Besuch einer Kegelbahn mit selbstgekochter Hühnersuppe und Dosenbier. ■

Seminarflat24



Fünf Sterne Ausbildung
mit all inclusive Service



Hier kostenfrei testen:
www.seminarflat24.de/testseminar

KOSTENGÜNSTIGE UND EFFIZIENTE WEITERBILDUNG IM CALLCENTER MIT DEM NEUEN E-LEARNINGSYSTEM SEMINARFLAT24

Der Kostendruck im Callcenter nimmt zu. Gleichzeitig wird immer mehr Leistung gefordert. Neue Wege sind notwendig, um bei diesem Spagat nicht auf der Strecke zu bleiben.

Es gibt wohl nicht viele Kostensenkungsmaßnahmen, die schnell wirken und gleichzeitig mehr Leistung ermöglichen. Im Callcenter gehört der effiziente Einsatz neuer Ausbildungssysteme wie E-Learning definitiv dazu.

Das E-Learningsystem Seminarflat24 geht neue Wege in der Weiterbildung.

Im Gegensatz zu üblichen E-Learning Angeboten müssen die Seminarinhalte nicht erst entwickelt werden. Mit 34 fertigen Seminaren bietet die Seminarflat24 alles, was für Verkauf, Fähigkeitentraining, Kommunikation, Teamführung, kundenorientiertes Verhalten und Persönlichkeitsentwicklung benötigt wird.

Alle Seminare sind im Flatratepreis enthalten.

Die Seminare und Trainings für Callcenteragenten, Teamleiter und Führungskräfte finden direkt am Arbeitsplatz via Telefon und Internet statt.

Die Seminarflat24 geht dabei neue Wege.

Anders als bei herkömmlichen E-Learning Ansätzen, werden bei der Seminarflat24 alle Seminare von erfahrenen Trainern moderiert.

Die Seminarflat24 senkt die Aus- und Weiterbildungskosten um bis zu 50 %, ohne an der Qualität zu sparen.

Da auch verhaltensbasierende Seminare im Durchschnitt zu 70 % aus faktenbasierendem Wissen bestehen, können auch persönliche Themen sehr gut übers Telefon und das Internet vermittelt werden. Mitarbeiter lernen in kurzen und kompakten Trainingseinheiten von 30 bis 120 Minuten, direkt am Arbeitsplatz und über vertraute Medien.

Die Seminarflat24 entlastet eigene Trainer und automatisiert weite Teile der Ausbildung neuer Agenten.

Leser des CCS können die Seminarflat24 kostenfrei testen.

Unter www.seminarflat24.de/testseminar kann die Qualität der Seminare und die Akzeptanz des neuen Lernweges bei den Mitarbeitern getestet werden.



ANDRE SCHNEIDER

Umsatzexperte
Tel. 089 / 21 90 988-77
info@seminarflat24.de
www.seminarflat24.de

CCS24 LTD

Die Umsatzexperten
Dachauer Straße 37
80335 München

