2017

7 Schritte zur interaktiven Hausmesse – Branchenmesse – Fachmesse - Live im Internet

msConsult - 2017

Vorwort

Um erklärungsbedürftige Produkte und Lösungen erfolgreich im B2B Geschäft zu verkaufen, sind Beratungsgespräche durch sachkundige Vertriebsmitarbeiter unverzichtbar. Daher ist jedes Unternehmen gut beraten, auch im Internet ein Umfeld zu schaffen, in dem Interessenten ein Beratungsgespräch geboten wird.

In der physischen Welt …

bieten Fach- und Branchenmessen ein ideales Terrain für den direkten Kundenkontakt. Zusätzliche Vorteile bietet eine firmeneigene Hausmesse. Das veranstaltende Unternehmen kann sich hierbei ganz autark positionieren und genießt die volle Aufmerksamkeit seiner Besucher, denn kein Marktbegleiter ist vor Ort, um mit seinen Angeboten abzulenken. Kaum eine Veranstaltungsform schafft bessere Voraussetzungen für individuelle und intensive Beratungsgespräche, als eine firmeneigene Hausmesse. Leider ist es aber immer weniger Interessierten aufgrund von Reisezeiten und damit verbundenen Kosten möglich, Hausmessen zu besuchen.

Roadshows können eine Alternative darstellen. Statt nur an einem Ort eine Hausmesse durchzuführen, wird bei klassischen Roadshows zu regionalen Vorort Events eingeladen, die meist in Hotels oder Kongresshallen stattfinden. Im Vergleich zu einer Hausmesse ist diese Form zwar zeit- und kostenintensiv für den Veranstalter bzw. Anbieter - aber dennoch sehr erfolgreich, da das perfekte Umfeld für den direkten Dialog mit Kunden und Interessenten gegeben ist.

Digitale Event-Plattformen …

ermöglichen es, Veranstaltungen, wie zum Beispiel Haus-, Branchen- oder sonstige Fachmessen digital und live im Internet durchzuführen und das einschließlich der unverzichtbaren Beratungs- und Verkaufsgespräche mit Besuchern. Mit einem Firmenevent, das live im Internet durchgeführt wird, steht dem Unternehmen eine innovative und – im Vergleich zu physischen Veranstaltungen – kostengünstige Variante zur Verfügung, sich mit Interessenten und Kunden auszutauschen. Das Rahmenprogramm bilden Fachvorträge, Produkt- und Lösungspräsentationen via Webinar oder gar per Livestream direkt aus dem Veranstaltungssaal. In parallel laufenden Live (Video) Chats stehen Besuchern kompetente Gesprächspartner zur Verfügung, die konkrete Problemstellungen, Fragen und Wünsche vertraulich im Einzelgespräch mit Besuchern diskutieren. Zeitgleich können sich die

Online-Besucher Datenblätter herunterladen oder Produkte und Lösungen in Form von Videos, Bildergalerien, 3D-Animationen oder einfachen Dokumenten sichten.

Online Marketing mal ganz einfach

Live Firmenevents im Internet zählen derzeit zur effizientesten Form des Internet-Marketings, da sie zum einen ein persönliches Beratungsumfeld für die Beteiligten schaffen und zum anderen auf komplexe Online Marketing Mechanismen verzichten können. Statt sich mit SEO, SEM oder Re-Targeting-Funktionen und Begriffen zu beschäftigen, können sich Marketing- und Vertriebsmitarbeiter auf bewährte Verfahren und Prozesse konzentrieren.

In diesem best-practice Beitrag erhalten Sie eine Schritt-für Schritt Anleitung, wie Sie ein erfolgreiches Firmenevent im Internet veranstalten können. Bedenken Sie stets dabei: Ihr Firmenevent findet im Internet statt und ist somit an keinen Ort gebunden. Statt Budgets für Reisekosten, das Anmieten der Veranstaltungsräume, Catering etc. aufzuwenden, können Sie gezielt in die Ansprache und das Erreichen Ihrer Zielgruppe investieren.

Tool-Tipp: EXPO-IP

Mit **EXPO-IP**, der digitalen Plattform für Messen und Events können schnell, effizient und kostengünstig beliebige Firmenevents im Internet branchenübergreifend veranstaltet werden. Die einfach zu bedienende Plattform bietet und integriert zahlreiche technische Funktionen in einem System. Wenn Sie konsequent unsere Tipps für die folgenden 7 Schritte umsetzen, werden Sie schnell die Vorzüge eines digitalen Events erkennen. Hierzu zählen nicht nur Zeit-, Kosten- und Ressourcen Ersparnis sondern auch die Möglichkeit, ein digitales Event als Werbeinstrument für ein eventuell später stattfindendes physisches Event zu nutzen.

7 Schritte zum erfolgreichen Firmenevent im Internet

Schritt 1 - Der Anlass (Themenwahl)

Anlässe und Themen für Firmenevents im Internet gibt es zahlreiche. Allgemeine Themen können z.B. sein: Neue Produktreihe, Firmenjubiläum, neue Produktionsstätte, neue Services usw. Auch ein Fachthema kann als Leitmotto dienen. Kliniken wählen viel diskutierte medizinische Themen, Industrieunternehmen wählen z.B. “Energieeffizienz” oder “Industrie 4.0” als Oberbegriff. IT-Unternehmen veranstalten “Cloud-Computing-Tage” oder “Security Days”. Aktuelle Themen, die Ihre Zielgruppe ansprechen und bei denen Ihr Unternehmen gut aufgestellt ist, eignen sich hervorragend, interessierte Fachbesucher für Ihr Firmenevent im Internet zu gewinnen.

Schritt 2 - Zusammenstellung der Informationen

Stellen Sie zum Thema passendes Material zusammen wie Datenblätter, Broschüren, Anwenderberichte, ggf. Bildergalerien und Videos, die Sie online zur Verfügung stellen möchten. Eine kurze Inhaltsangabe oder Kurzbeschreibung zum jeweiligen Medium erleichtert dem Interessierten die Auswahl der für ihn passenden Informationen.

Hervorragend geeignet sind Informationen, die Sie per Video anbieten können. Beispiele sind kurze Tutorials für erklärungsbedürftige Produkte, Aufzeichnungen von Webinaren aber auch Image Videos.

Zusammen mit der visuellen Gestaltung Ihres Events bilden die von Ihnen ausgewählten Medien die eigentliche Ausstellung Ihrer digitalen Veranstaltung. Daher ist unbedingt auf die Aktualität der bereit gestellten Medien zu achten.

Schritt 3 - Das Rahmenprogramm

Besucher eines Online Live Firmenevents erwarten – wie beim physischen Event auch - ein (buntes) Rahmenprogramm in Form von Fachvorträgen, Produkt-Vorstellungen und Live-Demos. Auch live Praxis-Workshops, kurze Schulungen und Anwenderberichte sind bestens geeignet, Interesse bei der Zielgruppe zu wecken. In puncto Länge einzelner Vorträge gilt es zu beachten: Ein Beitrag sollte die Dauer von max. 60 Minuten nicht überschreiten. Ihre Besucher werden bei der Auswahl von Vorträgen sehr selektiv vorgehen. Bei der späteren Auswertung der Veranstaltung ist es ein Leichtes zu analysieren, wer sich für welche Themen besonders interessiert. Das sind kostbare Informationen für Marketing und Vertrieb.

Schritt 4 - Mitarbeiter Auswahl und Briefing

Das von Ihnen definierte Thema und Rahmenprogramm bestimmen, welche Mitarbeiter an Ihrem Event mitwirken. Eine klare Aufgabenteilung und regelmäßiges Abstimmen aller Beteiligten wird die Dauer der Vorlaufzeit des Firmenevents enorm verkürzen.

Vor allem Referenten der Live Vorträge (Webinar, Live-Streams) sollten über die Inhalte ihrer Beiträge das Team informieren, damit dem Marketing für die Bewerbung der Veranstaltung ausreichend Input geliefert wird. Auch Mitarbeiter aus Partnerfirmen können als Gast Redner eingeladen werden, um ein abwechslungsreicheres Programm bieten zu können. Vortragende sollten ihre Beiträge so gestalten, dass der Zuschauer nicht nur konsumiert, sondern motiviert wird, Fragen zu stellen und sich somit aktiv einbringt. Bieten Sie Referenten die Möglichkeit, sich mit der technischen Plattform (in der Regel Webinar-Lösung) vertraut zu machen. Wir unterstützen Sie gerne und coachen auf Wunsch Ihre Referenten, die Beiträge “Webinar gerecht” umzusetzen und das Publikum einzubeziehen. Die Interaktion mit dem Publikum liefert wertvolle Informationen über das konkrete Zuschauer-Interesse. Zukünftige Beiträge können dadurch noch zielgerechter gestaltet werden.

Für individuelle Beratungsgespräche, die bei einem Firmenevent auf keinen Fall fehlen dürfen, sollten die (Video)Chat-Räume der Mitarbeiter so eingerichtet werden, dass bei einem Online Kundenbesuch - ähnlich wie bei einem Telefonanruf - der Kollege über den Besuch durch ein akustisches Signal (aus Lautsprecher oder Headset am Arbeitsplatz-Rechner) informiert wird. Sofern es der Beratung dient, geben Sie Ihren Beratern ein Werkzeug für das Teilen des eigenen Bildschirminhaltes an die Hand (Desktop- bzw. Screen-Sharing). So kann er anhand von Präsentationen und Dokumenten Sachverhalte und Lösungen anschaulicher darstellen.

Nützlich es ist, auf Berater-Seite die Inhalte und Ergebnisse der Gespräche zu protokollieren. Mit diesen wertvollen Informationen über die Beteiligung an den Fachvorträgen sowie den Gesprächsprotokollen können Ihre Vertriebskollegen optimal arbeiten, um aus Interessenten Kunden zu machen.

Schritt 5 - Das Einladungsmanagement

Definieren Sie – passend zum gewählten Thema - die Zielgruppe und laden Sie direkt per E-Mail zu Ihrem Firmenevent ein. Neben Ihren eigenen Kunden und Interessenten, die Sie auf jeden Fall für die Teilnahme an Ihrem Online Firmenevent gewinnen sollten, können Medienpartner wie Fachverlage oder auf Leadgenerierung spezialisierte Agenturen für das Einladungsmanagement genutzt werden. Begleitend zu den E-Mail Einladungen wird über Pressemeldungen sowie Einträge in Eventportalen und Veröffentlichungen in den sozialen Netzwerken Ihr Firmenevent beworben. Gerne unterstützen wir Sie bei der Einladung Ihrer Zielgruppe zu Ihrem Online Firmenevent. Mit unseren Partnern können wir aus mehreren Millionen B2B Kontaktadressen die für das Thema passende Zielgruppe selektieren und für Ihr Firmenevent begeistern.

Empfehlenswert ist es, Interessierten schon im Vorfeld die Anmeldung zu Ihrem Event zu ermöglichen. Bei Auswahl der geeigneten technischen Event-Plattform sollte beachtet werden, dass – ähnlich, wie es die EXPO-IP Event-Plattform bereitstellt - ein datenschutzkonformes Anmeldesystem zum Einsatz kommt. Im Optimalfall versendet das System per E-Mail Erinnerungen an die angemeldeten Interessenten und erhöht damit signifikant die Teilnehmerzahl. Der stets aktuelle Überblick über Anmeldezahlen zum Event oder zu einzelnen Vorträgen lässt schnell einschätzen, ob weitere Marketing Aktivitäten erforderlich sind.

Schritt 6 - Die Durchführung

Fast jede Veranstaltung – ob physisch oder via Internet – wird vor dem eigentlichen Live Act auf Herz und Nieren getestet. Hier zeigt sich ein weiterer Vorteil einer digitalen Firmenveranstaltung. Die Tests erfordern eher geringen Aufwand im Vergleich zu Offline Events – sind dennoch ebenso wichtig.

An dieser Stelle sei auch die Technik, als fundamentaler Baustein Ihres Events erwähnt. Allem voran, die Technik der für die Fachvorträge eingesetzten Webinar Lösung. Bei physischen Bühnen-Events würde kaum ein Bühnenmikrofon geöffnet, dessen Tonübertragung nicht im Vorfeld eingehend getestet wurde. Hier unterscheidet sich nichts zum Online Event. Bild und Ton – sprich Webcam (sofern genutzt) und Mikrofon (PC Headset) sind wesentliche Bausteine eines professionellen Webinars. Selbstverständlich hat die Präsentation selbst einen gleich hohen Stellenwert. Wie Sie die Technik meistern und erfolgreich Online live präsentieren, haben wir in unserem Leitfaden „Erfolgreich Webinare gestalten“ beschrieben (Download auf unserer Webseite www.worldbit.de).

Testen und prüfen Sie in jedem Fall die wesentlichen technischen und organisatorischen Elemente Ihres Events. Dazu gehören vor allem:

- Registrierung, einschl. eventueller DoubleOptIn Verfahren (Stichwort: Datenschutz)
- Die Aktualität der bereitgestellten Medien
- Urheberrechte an Medien und sonstigen Dokumenten
- Sämtliche Verlinkungen auf der eingesetzten Eventplattform
- Umgang mit der genutzten Webinar-Plattform bzw. Live Chat Anwendung
- Liegt allen Akteuren der Zeit- bzw. Ablaufplan vor – insbes. die Agenda der Online Vorträge
- Sind ausreichend personelle Ressourcen vorhanden für eventuelles Support-Aufkommen
- Regelmäßige Sicherung der Daten Ihres Online Events

Nach erfolgreichem Test des Events kann die heiße Phase beginnen. Die Live Fachvorträge starten und Ihre Zielgruppe schaltet sich zu. Nun ist es wichtig, dass auch die Berater und Vertriebsmitarbeiter ihre (Video)Chat-Räume besetzen. Für Firmenevent-Besucher, die den Einsatz

von Chat und Videomeetings scheuen, kann auch eine Event-Telefon Hotline mit fachkundigen Mitarbeitern besetzt werden. Jeder direkte Kontakt mit den Event-Besuchern ist ein Gewinn für Ihr Unternehmen und dient der Geschäftsanbahnung. Zudem erhalten Sie wertvolle Rückmeldungen, die Sie für weitere Marketing-Aktivitäten verwerten und mit denen Sie Ihr nächstes Online Firmenevent weiter optimieren können.

Schritt 7 - Die Nachbereitung – Erfolgskontrolle

Nutzen Sie alle Werkzeuge, die Sie für eine aussagekräftige Auswertung verwenden können. Mit dem kostenfreien und mächtigen Tool „Google Analytics“ erhalten Sie einen in Echtzeit aktualisierten Überblick, welche Inhalte bzw. welche Medien wie oft und wann abgerufen wurden. Überprüfen Sie die Medien, die nur wenig abgefragt wurden; ggf. fehlt es lediglich an einer ansprechenden und aussagekräftigen Beschreibung des Inhalts.

Die Teilnehmerlisten der Fachvorträge geben Auskunft über Anmeldung und Teilnahme an den Fachvorträgen. Geben Sie diese Information an Vertrieb und Marketing weiter. Ein guter Einstieg für ein nachfolgendes Kundentelefonat ist, wenn ein Besucher sich zu einem Vortrag zwar angemeldet, aber nicht teilgenommen hat. Fragen Sie bei denjenigen nach, die teilgenommen haben, wie sie den Fachbeitrag bewerten und welche Zusatzinformationen gewünscht sind. Hierzu gibt es am Markt zahlreiche Tools, mit denen im Nachgang eine Umfrage an Teilnehmer versendet werden kann.

Die Gesprächsprotokolle aus den (Video-)Chats lassen erkennen, wo das hauptsächliche Interesse der Besucher liegt oder welche Fragen ggf. häufiger aufgetreten sind. Auch diese Information kann der Vertriebsmannschaft dienlich sein.

Fazit

Kaum ein Online Marketing-Werkzeug ist so einfach, effizient und wirkt so punktgenau, wie ein Firmenevent im Internet. Eigens dafür entwickelte digitale Messe- und Eventplattformen, wie EXPO-IP, bieten nahezu alle Funktionen, die für die Gestaltung und Durchführung eines Live Events im Internet erforderlich sind.

Mit dieser Veranstaltungsform wird ein optimales Umfeld für den Informationsaustausch zwischen potentiellen Neukunden und Unternehmen geschaffen. Mit Nutzung des Mediums Internet entfallen Hürden wie Reisezeiten und -kosten. Die technische Umsetzung eines Firmenevents ist denkbar einfach. Mit unserer Lösung „EXPO-IP“ wird eine Plattform bereitgestellt, mit der beliebige Firmenevents im Internet branchenübergreifend veranstaltet werden können. Unser technischer Support und die Leistung unserer Partner, zielgruppengenau Einladungen zu Ihrem Firmenevent zu versenden, bieten eine wertvolle Unterstützung und tragen zum Erfolg Ihres digitalen Firmenevents bei.

Über uns – msConsult

msConsult events over IP

Seit über 13 Jahren unterstützen wir erfolgreich Kunden in nahezu allen Bereichen von Online Live Events. Mit dieser langjährigen Erfahrung aus einer Vielzahl durchgeführter Online Events und unseren technischen Lösungen positionieren wir uns als **Full-Service Agentur**, die auch Ihr Online Event - ob Online Messe, Webinar oder Online Kongress - kompetent betreut. Über unsere Medien-Partner liefern wir nicht nur Lösungen, Beratung und die technische Umsetzung – sondern auch Ihr Wunsch-Publikum.

Für weitergehende Infos steht unser Fachberater Martin Schulz gerne zur Verfügung.

msConsult [events over IP] ◆ Im TIZ Darmstadt ◆ 64293 Darmstadt
+49. 6151 800 21 81 ◆ info@worldbit.de ◆ www.worldbit.de