



DIGITALE EVENTS MIT EXPO-IP

Eine Schritt-für-Schritt Anleitung für Unternehmen

- Digitale Kundenevents
- Digitale RoadShows
- Digitale Hausmessen
- Digitale Mitarbeiter-Veranstaltungen
- Karriere- und Ausbildungsmessen

In der physischen Welt ...

bieten Fach-, Branchen- oder Hausmessen ein ideales Terrain für den direkten Kundenkontakt. Ein Unternehmen, das eigene Hausmessen veranstaltet, kann sich völlig 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 an verschiedenen Orten eingeladen, die meist in Hotels oder Kongresshallen stattfinden. Im Vergleich zu einer Hausmesse ist diese Form zwar zeit- und kostenintensiv für den Veranstalter - 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

- Digitale Kundenevents
- Digitale Hausmessen
- Digitale RoadShows
- Digitale Mitarbeiter-Veranstaltungen
- Karriere- und Ausbildungsmessen

live im Internet durchzuführen und das einschließlich der unverzichtbaren Beratungs- und Verkaufsa-ber auch Bewerbungsgespräche mit Besuchern. Mit einem digitalen Firmenevent steht dem Unternehmen eine innovative und – im Vergleich zu physischen Veranstaltungen – kostengünstige Variante zur Verfügung, sich mit Interessenten Kunden oder auch potentiellen neuen Mitarbeitern auszutauschen.

Gegenüber physischen Events kann mit digitalen Veranstaltungen die „Cost per Lead“ drastisch verringert werden.

Das Rahmenprogramm bilden Fachvorträge, Produkt-, Lösungs- und Firmenpräsentationen via Webinar oder gar per Livestream direkt aus einem Veranstaltungssaal. In parallel laufenden (Video) Chats stehen Besuchern kompetente Gesprächspartner zur Verfügung, die konkrete Problemstellungen, Fragen und Wünsche vertraulich im Einzelgespräch gerne erörtern. 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. 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 Plattform für digitale Messen und Events können schnell, effizient und kostengünstig beliebige Firmenevents im Internet 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.

Die EXPO-IP Plattform kann von Unternehmen in zwei Varianten genutzt werden:

- selbständig im Self-Service oder
- mit unserem Full-Service nach Unternehmens-Anforderungen

Mit EXPO-IP entsteht für Sie in kürzester Zeit ein vollständig digitales Event mit virtueller Ausstellung, WebKonferenzen, Webinaren, Livestreams, GruppenChats, private (Video)Chats, Besuchermanagement, Reporting und Analyse sowie Ticketing. EXPO-IP bietet Ihnen mit den eigenen Funktionen und den verfügbaren Schnittstellen ein optimales System, mit dem Ihr digitales Event genau nach Ihren Anforderungen umgesetzt und durchgeführt wird.

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". 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 Event im Internet zu gewinnen. Sind Sie auf der Suche nach neuen Mitarbeitern sind unternehmenseigene digitale Karrieremessen eine optimale Möglichkeit, Bewerbern das Unternehmen oder Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten innerhalb des Unternehmens und der einzelnen Fachbereiche zu präsentieren.

Schritt 2 - Zusammenstellung der Informationen



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

Im Gegensatz zu dem ggf. umfangreichen Informationsangebot auf Ihrer Unternehmens-Webseite stellen Sie für Ihr Digitales Event ausschließlich Informationen zusammen, die für dieses Event und Ihre Event-Besucher von Relevanz sind.

Hervorragend geeignet sind Informationen, die Sie per Video anbieten können. Beispiele sind kurze Tutorials für erklärungsbedürftige Produkte, Aufzeichnungen von Webinaren aber auch Image Videos oder auch Statements von Mitarbeitern, die ihre berufliche Erfahrungen innerhalb des Unternehmens erläutern.

Zusammen mit der visuellen Gestaltung Ihres Events bilden die von Ihnen ausgewählten Medien die eigentliche Ausstellung der 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 – oder im Falle Digitaler Job- und Karrieremessen - für die Personalabteilung.

Schritt 4 - Referenten Auswahl und Briefing



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

Die Referenten der Live Vorträge (Webinar, Live-Streams) informieren das Team über Inhalt und Dauer der Beiträge, damit dem Marketing für die Bewerbung der Veranstaltung ausreichend Input zur Verfügung steht. Zusätzlich können Referenten von Partnerfirmen als Gast-Redner eingeladen werden, um ein abwechslungsreicheres Programm zusammenzustellen. Die Vorträge sollten interaktiv gestaltet werden. Motivieren Sie Ihr Publikum mitzudenken und sich einzubringen. Die Interaktion mit dem Publikum liefert Ihnen wertvolle Informationen über das konkrete Interesse Ihrer Besucher. So können Sie noch zielgenauer auf die Bedürfnisse Ihrer potentiell neuen Kunden oder Mitarbeiter eingehen.

Bieten Sie Ihren Referenten die Möglichkeit, sich mit der technischen Plattform (in der Regel Webinar-Lösung) vertraut zu machen. Gerne unterstützen wir Sie dabei. Machen Sie sich unsere über 14jährige Webinar Erfahrung gerne zunutze.

Für individuelle Beratungsgespräche, die bei einem digitalen 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 zwecks 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 die Vertriebskollegen optimal arbeiten, um aus Interessenten Kunden zu machen.

Schritt 5 - Das Einladungsmanagement



Definieren Sie – passend zum gewählten Thema - die Zielgruppe und laden Sie auf jeden Fall Ihre eigenen Kunden / Interessenten zu Ihrem Firmenevent ein.

Medienpartner – Verlage - PR

Wenn Sie konservativ vorgehen möchten, können Medienpartner wie Fachverlage oder auf Leadgenerierung spezialisierte Agenturen für das Einladungsmanagement genutzt werden. Begleitend zu den E-Mail Einladungen können Sie Pressemeldungen sowie Einträge in Eventportalen schalten.

Ein Segen – die Soziale Netze

Den zurzeit größten Erfolg bei dem Besuchermarketing können in den Sozialen Netzen XING, LinkedIn und Facebook erzielt werden. Alle Netze ermöglichen es, Werbung in eine von Ihnen spezifizierte Zielgruppe zu schalten. In XING lässt sich z.B. anhand der Merkmale Länderauswahl, Karrierestufen, Branchen, Tätigkeitsfelder und Unternehmensgröße die Zielgruppe für das Besuchermarketing eingrenzen – oder gar nur Personen mit speziellen Jobtitel und Fähigkeiten adressieren. Noch feingliedriger sind die Selektionsmöglichkeiten bei LinkedIn und Facebook.

Wenn Sie mehr über erfolgreiches Besuchermarketing via XING, LinkedIn und Facebook erfahren möchten – sprechen Sie uns an. Gerne unterstützen wir und unsere Partnern Sie dahingehend, dass Sie Ihr Wunschpublikum auf Ihrem Digitalen Event antreffen.

100% DSGVO konformes Besuchermanagement

Empfehlenswert ist es, Interessierten bereits 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 100% DSGVO konformes Anmeldesystem zum Einsatz kommt. Im Optimalfall versendet das System per E-Mail Erinnerungen an die angemeldeten Interessenten wodurch die tatsächliche Teilnehmerzahl signifikant erhöht wird. Der stets aktuelle Überblick über Anmeldezahlen zum Event oder zu einzelnen Vorträgen lässt schnell einschätzen, inwieweit weitere Marketing Aktivitäten erforderlich sind.

Schritt 6 - Die Durchführung



Fast jede Veranstaltung – ob physisch oder digital – wird eingehend 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 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 einen gleich hohen Stellenwert.

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

- Registrierung, einschließlich DoubleOpt-In Verfahren
- Die Aktualität der bereitgestellten Medien
- Urheberrechte an sämtlichen Medien
- 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

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 zusätzlich eine Telefon Hotline mit fachkundigen Mitarbeitern besetzt werden. Jeder direkte Kontakt mit den Event-Besuchern ist ein Gewinn für Ihr Unternehmen und dient der Geschäftsanbahnung – oder im Falle von Job- und Karrieremessen dem erfolgreichen Recruiting. 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. Die Besucherlisten des Events sowie 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 effizient und wirkt so punktgenau, wie ein Firmenevent im Internet. Eigens dafür entwickelte digitale Messe- und Eventplattformen wie z.B.

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 digitale Firmenevents 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.



Mit **EXPO-IP**, der digitalen Plattform für Messen und Events können zeitsparend, effizient und kostengünstig beliebige Firmenevents im Internet veranstaltet werden. Die einfach zu bedienende Plattform bietet und integriert zahlreiche technische Funktionen in einem System.

Die EXPO-IP Plattform kann von Veranstaltern in zwei Varianten genutzt werden:

- selbständig im Self-Service oder
- mit unserem Full-Service nach Unternehmens-Anforderungen

Mit EXPO-IP entsteht in kürzester Zeit eine individuelle virtuelle Messe mit virtueller Ausstellung, WebKonferenzen, Webinaren, Livestreams, (Video)Chats, Besuchermanagement, Reporting und Analyse sowie Ticketing. EXPO-IP bietet mit den eigenen Funktionen und den verfügbaren Schnittstellen ein optimales System, mit dem Ihr digitales Event passgenau umgesetzt wird.

Seit über 15 Jahren unterstützen wir erfolgreich Unternehmen in nahezu allen Bereichen von Online Live Events. Mit dieser langjährigen Erfahrung 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. Zusammen mit unserem Partner-Netzwerk liefern wir nicht nur fertige Lösungen, Beratung und die technische Umsetzung – sondern auch Ihr individuelles Event-Design.

Eine vollständige Funktionsübersicht, Bildergalerien, Videos zur EXPO-IP Plattform sowie Informationen zu unserem Full-Service-Leistungsspektrum finden Sie auch direkt auf unserer Webseite unter: www.expo-ip.com.