

Es ist Dienstag, 17.15 Uhr – das Telefon klingelt

Event-Marketing Serie Teil 1: Das Konzept von Siegfried Haider



Siegfried Haider, Geschäftsführer der HTMS GmbH

Wer möchte das nicht: Neukunden zum Nulltarif, Kundentreue bis zum Tod. Als an einem regnerischen Dienstag um 17:15 Uhr das Telefon läutete, war einer meiner treuesten Kunden aus der Energiewirtschaft in der Leitung. Er wollte eine Klärschlammanlage bauen und brauchte dafür einen zweistelligen Millionenbetrag über Finanzgeber. Seine Anforderung: „Im Saal müssen alle Landräte, Oberbürgermeister und wichtige kommunale Entscheidungsträger aus dem Umkreis sitzen. Sie dürfen den Saal nicht ohne die feste Absicht, bei dem Klärschlamm-Projekt mit zu finanzieren, verlassen! Machen Sie mal ein Event dazu...“. Mein erster Gedanke: Kein Mensch kommt wegen dem Thema Klärschlamm!

Die erste Regel zur erfolgreichen Kundengewinnung und -bindung: Spannung und Attraktivität erzeugen. Sind Sie bei der Überschrift zu diesem Artikel neugierig geworden, wer am Dienstag um 17:15 am Telefon war? Haben Sie weitergelesen – offensichtlich, denn sonst wären Sie nicht zu dieser Textstelle gekommen. Wer für seine Kunden ein Blasmusikevent organisiert, serviert Unterhaltung nach dem Motto: Haupt-

sache die ganze Zeit Musik. Entscheidend dabei ist, dass das Programm der Veranstaltung spannend ist und diese Spannung bis zum Schluss steigt. Die aufsteigende Dramaturgie einer Veranstaltung garantiert den Erfolg, Emotionen sind der Beschleuniger.

Kunden gewinnt und bindet man aber auch über folgende **zweite Regel**: Mehrwert bieten. Mangelware Nummer eins bei Entscheidern ist Zeit. Gute Kundenevents mit Speakern bieten beides: Know-how, das die Zielgruppe dringend braucht. Und Unterhaltung, die die Zielgruppe emotionalisiert und begeistert.

Regel Nummer drei: Bedarf erzeugen. Kein Event ohne klares, messbares Ziel. Als Spezialisten für Speaker-Events möchten wir vor jedem Konzept von unserem Kunden wissen: Wie viel Umsatz soll das Event generieren, welche und wie viele Teilnehmer sollen im Raum sein? Danach richtet sich das Konzept. Die meisten Teilnehmer nehmen wegen den Inhalten des Speakers teil, nicht wegen den Produkten des Veranstalters. Daher richtet sich die Speaker-Auswahl und -Zusammenstellung danach, wer durch seine Inhalte den Bedarf für das Produkt des Veranstalters erzeugen kann.

Die vierte Regel lautet: Prestige. Würden Sie eine Einladung zu einer Veranstaltung annehmen, bei der Sie mit Bill Clinton am Tisch sitzen? Klar. Dafür zahlen viele mehr als 1.000 Euro, obwohl sie nur am übernächsten Tisch sitzen – Foto mit Bill inklusive. Dieses Prinzip funktioniert auch auf „kleinerem“ Niveau mit weniger bekannten Experten. Entscheidend ist, dass der Teilnehmer nach dem Event bei seinen Freunden von sich aus erzählt: Ich war heute bei ..., mit persönlicher Widmung im Buch ...!

Die fünfte und letzte Regel lautet: persönlicher Kontakt. Speaker-Events sind das ideale Forum für Networking. Nicht nur von Anbieter zu Kunde,

sondern auch zwischen den Teilnehmern. Daher gehört zu einem professionellen Speaker-Event ein Konzept, wer wann mit wem in Kontakt kommen soll, wer neben wem sitzt, wer mit dem Speaker zu Mittag isst, ein Buch überreicht oder ein Foto bekommt usw. Die banale Grundregel des Business lautet: Die Anzahl und Qualität der persönlichen Kontakte bestimmen die Höhe des Umsatzes. Unzählige Male haben sich im Teilnehmer-Kreis unserer Speaker-Events schon Geschäftspartnerschaften entwickelt, die mit dem Business des Einladenden nichts zu tun haben. Diese Erfolgsgeschichten bewirken ebenfalls Bindung zum Veranstalter – denn Dankbarkeit empfinden die neuen Geschäftspartner dem gegenüber, der sie zusammen gebracht hat.

Wir haben diese fünf Regeln beim Event unseres Kunden aus der Energiewirtschaft angewendet und die volle Finanzierung der Klärschlamm-anlage erreicht. Mittlerweile ist die Anlage gebaut und wirft jährlich satte Gewinne ab. Viele unserer Kunden bezahlen für ihr Kundenevent keinen Euro – oft verdienen sie damit (durch ihr Event-Marketing) noch Geld und verkaufen gleichzeitig ihre Produkte und Dienstleistungen: Denn für richtig exzellente Event-Konzepte, bei denen Mehrwert garantiert ist, zahlen Kunden gerne Eintritt. Reihen Sie sich ein in die Marketing-Entscheider, die mit minimalem Budget großartige Umsatzsprünge erzielen.

Nähere Informationen:

HTMS GmbH

– Innovation for Education –

Siegfried Haider, Geschäftsführer

Hauptstraße 40 · D-82223 Eichenau

Tel. +49 (0) 8141 227993-0

Fax. +49 (0) 8141 227993-100

s.haider@htms-gmbh.com

www.htms-gmbh.com