

Checkliste

Event-Konzeption

Eventmarketingkonzept

Eventmarketing ist eine produkte- oder firmenspezifische Inszenierung von Ereignissen und Erlebnissen, mit dem Ziel, das Thema zu emotionalisieren um so Kommunikationsziele wie Bekanntheit, Wissen, Image und Verhalten zu erreichen. Damit Sie mit dem richtigen Konzept arbeiten, haben wir für Sie diese Checkliste.

Relevante Punkte	Bemerkungen
1. Ausgangslage	
<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens- und produktespezifische Vorgaben und Rahmenbedingungen • Unternehmens- und Marketingkonzept, CI-Vorgaben • Konkrete Aufträge von übergeordneten Instanzen • Konkrete Probleme in der bestehenden Kommunikation • Bisherige Erfahrungen bezüglich Eventmarketing • Eventmarketing-Aktivitäten der Konkurrenz • Interne Human Resources wie Know-how, Manpower, Zeit • Budgetrahmen 	
2. Zielsetzung	
<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppendefinition • Zeitliche und geografische Ziele • Kommunikationsziele: Bekanntheit, Wissen, Image, Verhalten, Kundenbindung, Motivation etc. • Aktionsbezogene quantitative Ziele: Anzahl Besucher, Kontaktziele, Rückläufe, Anfragen, Bestellungen, Verkäufe etc. • Aktionsbezogene qualitative Ziele: Auftritt am Event, Präsentation des Unternehmens/Produkts, Profilierung, Professionalität, Stimmung unter den Besuchern/Gästen 	
3. Strategie	
<ul style="list-style-type: none"> • Themen, Aufhänger, Motto: Firmen- oder produktespezifische Themen, andere Themen • Art und Gestaltung der Events (siehe Checkliste Arten von Events) • Eventprogramm, Attraktivitäten/Shows, Rahmenprogramm, Verpflegung/Getränke etc. • Art der Integration des Eventthemas: Unternehmen, Produkt oder anderes Thema • Art der Integration der Zielgruppen • Definition der Eventmarketing-Botschaft für unmittelbar und mittelbar betroffene Zielgruppen • Kommunikationsstrategie für die Events bzw. Integration der Events in die bestehende Kommunikation (Public Relations, Werbung, Verkaufsförderung, Verkauf etc.) • Intensität der Eventmarketing-Aktivitäten • Zeitliche und geografische Prioritäten und Schwerpunkte • Kooperationen mit anderen Unternehmen, Medien etc. • Strategie bezüglich der Organisation der Events: Intern/Extern • Strategie bezüglich der Raumaufteilung und Dekoration 	

Checkliste

Event-Konzeption

4. Umsetzung: Massnahmen, Termine, Verantwortlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • Interne oder externe Organisation gemäss Strategie • Reservation Lokalitäten, Bewilligungen, Kooperationen, Infrastruktur, Einrichtung, Personal Programmablauf, Attraktionen, Kommunikation, Durchführung, Auswertung 	
5. Budget	
<ul style="list-style-type: none"> • Ausgaben: Einkauf Getränke/Speisen, Personal, Kommunikation, Infrastruktur, Attraktionen etc. • Einnahmen: Eintritte, Verkauf Getränke/Speisen, Sponsoring etc. 	
6. Erfolgskontrollen	
<ul style="list-style-type: none"> • Besucherzählungen, Befragungen etc. 	