

RICHTIG PLANEN

EVENTS



Eine gute Möglichkeit, bei den Kunden ins Gespräch zu kommen und das Image zu steigern, ist eine Hausmesse oder ein Event zu einem bestimmten Thema.

martin Vetter, Geschäftsführer der Marketingagentur DOWE GmbH, die auch umfassende Eventkonzeption und -betreuung zu ihren Kernkompetenzen zählt, sieht grundsätzlich zwei Wege, wie man ein Event angehen kann: selber machen oder einen Profi mit ins Boot nehmen. „Wer sich ohne klares Konzept in Do-it-yourself-Manier selbst an eine solche Aufgabe wagt, läuft Gefahr, viele Fehler zu machen, die sich eventuell negativ auf das Image auswirken – hier kommt DOWE ins Spiel“, weiß Vetter aus Erfahrung. Und er ergänzt: „Die wichtigsten Faktoren sind bei einem Event die Verbesserung der Kundenbindung sowie die Steigerung der Bekanntheit und ein damit einhergehendes Image-Plus.“ Events seien zwar aufwendig, aber enorm wichtig für das Image.

KOMPLETTES EVENT-KONZEPT

Damit ein Event ein voller Erfolg wird und sich nachhaltig positiv auswirkt, gibt es von DOWE ein individuelles Eventkonzept plus Kostenplan. „Hier geht ganz klar Nachhaltigkeit vor schnellen Umsatz: Wichtig ist, dass man beim Kunden im Kopf bleibt. Wenn das Event gut war und später ein Kauf ansteht, wird der Kunde sich an seinen guten Eindruck erinnern und wissen, wo er

am besten hingeh.“ Ein Event sollte man stets von langer Hand vorbereiten, vor allem sollte man einen guten Zeitpunkt wählen. Mit einem kompletten Event-Konzept in der Hand, hat man einen Überblick über die geplanten Aktionen und weiß, wann was ansteht und fertig sein muss. Für die Bewerbung des Events wählt DOWE immer einen guten Media-Mix: „Nur so erreicht man möglichst viele Kunden“, erklärt Vetter. Im Vorfeld sind Anzeigen natürlich unabdingbar. Besonderen Wert legen die Marketingprofis aber auf ein großes Spektrum: Ein Artikel mit Bildmaterial, das den Laden oder das Team zeigt, und eine Event-Anzeige vom Radhändler selbst. Wichtig sind auch Anzeigen von Herstellern oder befreundeten Geschäften: „Man erreicht schnell eine halbe oder ganze Seite in der Zeitung – unübersehbar für die Leser“, unterstreicht Martin Vetter. Um auch die Stammkunden persönlich anzusprechen, eignet sich eine Maxi Card hervorragend: In professioneller Gestaltung per Post versandt, erzeugt die persönliche Einladung ein gutes Gefühl bei den Stammkunden, ganz nach dem Stichwort „Kundenbindung“. In der Wirksamkeit keinesfalls zu unterschätzen sei auch der Einsatz von gut gestalteten Event-Flyern.

AUFMERKSAMKEIT ERREGEN

Um das Event auch außerhalb der Medien nach außen hin sichtbar zu machen, sind Plakate, Banner, Rollup-Displays und Beachflags die bevorzugten Mittel der Marketingprofis. „Sieht der Kunde eine Anzeige in der Zeitung, so erwartet er heutzutage auch, das Beworbene vor Ort vorzufinden. Hier setzen wir vor allem Banner und Plakate ein“, berichtet Vetter.

Großflächige, ansprechend gestaltete Banner, z.B. an der Außenfassade, wirken professionell und erregen Aufmerksamkeit. Plakate in den eigenen Schaufenstern oder in denen von befreundeten Geschäften locken auch den einen oder anderen Besucher an. Natürlich muss sich ein solches Event auch auf der Webseite widerspiegeln: Im Vorfeld ein Hinweis auf das Event, im Nachgang eine Bildergalerie mit kleinem Bericht. Natürlich sollte das Event auch auf Facebook publik gemacht werden. Mit einem zusätzlichen Newsletter per E-Mail ist der digitale Bereich perfekt abgedeckt – auch hier bietet DOWE Rundum-Betreuung.

FEST-CHARAKTER ERZEUGEN

Die Hersteller tragen ebenfalls zum Erfolg eines solchen Tages bei: Mit Material unterstützen sie den Händler, dabei kommen vor allem Herstellerzelte oder sogar ganze E-Bike-Trucks immer gut an! Vor Ort eignen sich Beachflags und Rollup-Displays, um einen Fest-Charakter zu erzeugen. Rollup-Displays sind hier natürlich auch tolle Image-Träger. Das Angebot, Räder vor Ort ausprobieren zu können, ist auch sehr wichtig: Ein persönliches Erlebnis ist immer intensiver, als etwas nur gesehen zu haben. Zusammenfassend ist es bei einem solchen Event wichtig, dass alles reibungslos klappt und viel geboten ist. Das fängt bei der nachhaltigen Planung an, geht über die professionelle Umsetzung der Werbung – hier zählt wie immer: schöner ist besser – bis hin zum gelungenen Event vor Ort, an das sich die Besucher gerne erinnern und dadurch ein positives Gefühl mit dem Laden verknüpfen. Bei all dem hilft DOWE als starker Partner mit 21 Jahren Erfahrung in Werbung und Marketing – von der Planung bis hin zur kompletten Umsetzung. ■