

KOPFKINO STATT LANGeweILE

FALLBEISPIEL
HYBRIDE B2B-EVENTS



Christian Rahn | cmo2go.de

Fotos: Anke Sundermeier | Christoph Meyer | Christian Rahn

BERNINA ON AIR



Executive Summary - Das Projekt "Bernina on Air"

Für das Schweizer Traditionsunternehmen BERNINA haben wir die geplante Fachhandelstagung für Ihre Partner im D-A-CH-Raum in ein digitales B2B-Event transformiert.

Unter dem Motto "Bernina on Air" wurde den Kunden von Bernina ein umfangreiches Rahmenprogramm über zwei Tage geliefert, das neben Produktführungen, Workshops und vertrieblichen Elementen vor allem auch eine permanente Einbindung der Teilnehmer durch Interaktionsmöglichkeiten und unterhaltsame Elemente (Keynote, Talk Show, usw.) im Angebot hatte.

So haben wir statt eines üblichen "Webinar-Formats" ein kleines Digitalfestival geschaffen.

VIRTUELLE EVENTS: GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN



Die Ausgangssituation

Die geplante "reale" Fachhandelstagung wurde pandemiebedingt abgesagt. Auf dem Event sollten neue Produkte und Sondermodelle vorgestellt werden und eine optionale technische Schulung stattfinden. Die Firma Bernina vertreibt hochwertige, technisch anspruchsvolle und durchaus emotionale Produkte. Es wurde eine digitale Lösung benötigt, um dieses wichtige Verbindungselement zum Kunden nicht komplett ausfallen zu lassen.

Die Herausforderung

Der Kunde hatte außer mit vereinzelt Web-Seminare keine Erfahrung im Bereich digitaler Events und Echtzeitkommunikation. Der Kunde äußerte folgende Bedenken:

- Das haptische Erlebnis fehlt.
- Man kann „nichts“ anfassen.
- Das persönliche Gespräch unter vier Augen fehlt.
- Unsere Branche eher konservativ.
- Unsere Händler sind nicht digital.
- Wie soll das gehen?
- Am Wochenende anmelden? Das macht doch keiner.

"EMOTIONALES ERLEBNIS SCHAFFEN! NEUGIER WECKEN! ANGENEHM ANDERS SEIN ALS ERWARTET."

Der Lösungsansatz

Wir haben die Händler/Teilnehmer von Beginn an mit auf eine emotionale Reise genommen, die für die Branche eine Art Mondlandung war. Das gesamte Teilnehmer-Management war von der Story geprägt..

Entwicklung des Konzepts

Wir haben verschiedene Ideen und Impulse geliefert und zusammen mit dem Marketingteam des Kunden zu einem schlüssigen, zur Marke passendes Konzept entwickelt. Das Storyboard und die detaillierte Eventplanung stammen aus unserer Feder.

Projekt Management

Wir haben die Projektleitung übernommen und dabei insbesondere alle externen Dienstleister und Partner koordiniert und die Beachtung aller Fristen, Meilensteine und Budget sichergestellt.

Technische Umsetzung

Zusammen mit unseren Netzwerkpartnern haben wir uns auch um die technische Umsetzung des Events, insbesondere der Filmproduktionen und das Live-Streaming gekümmert. Wir haben die Moderatoren aus dem Marketing-Team gecoacht und auf Wunsch des Kunden auch Teile der Veranstaltungsmoderation übernommen.

Erlebnis 4.0 statt Webinar-Charme. #storytelling statt Verkaufsmesse.

Kern unsers Konzepts: Warum sollen die Teilnehmer Samstag und Sonntag am Monitor mit der Marke verbringen? Weil es immer nur in die Teilnehmer und ihr warum ging.

Was wir den Teilnehmern inhaltlich geboten haben:

- Blick hinter die Kulissen (Produktion, Verwaltung)
- Impression des Heimatortes / Standortes des Unternehmens
- Unterhaltsame, humorvolle Einspieler
- Produktvorstellungen
- Technischer Workshop
- Interaktive Schokoladenverkostung
- Branchen-Talkshow
- Expertendialog Handel 4.0
- Fragerunden mit den Produktmanagern
- Virtueller Showroom
- Chat Lounge
- Mediathek

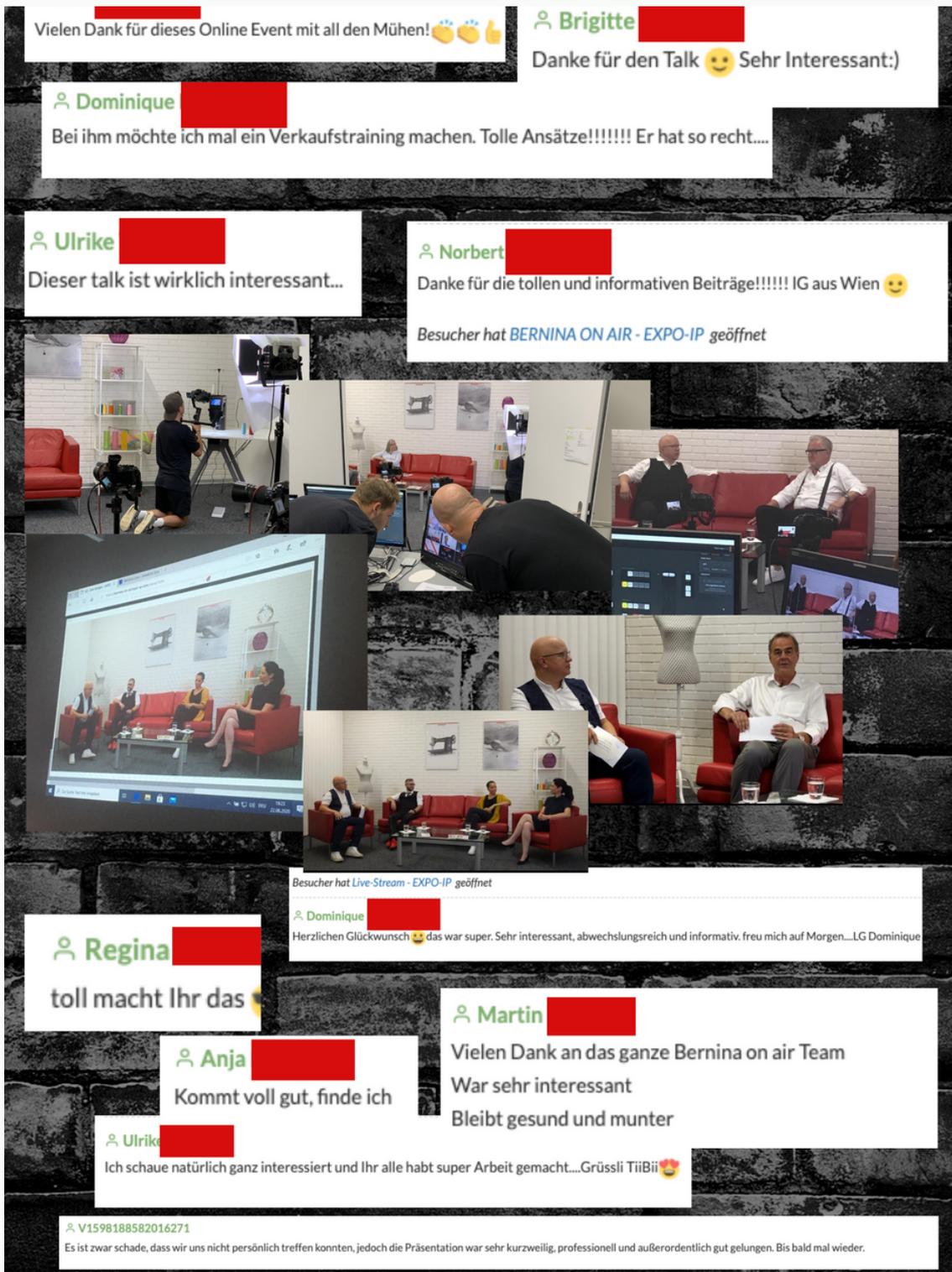
Gerade bei Tagesveranstaltungen oder Events über mehrere Tage hinweg sind konzeptionelle Dramaturgie sowie bild- und tontechnische Dynamik ein ganz wichtiger Punkt, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer zu gewinnen und besonders auch zu halten.



Das sagen die Teilnehmer

Die Teilnehmer hatten jeder Zeit per Live-Chat am Digitaevent teilzunehmen und haben davon auch rege Gebrauch gemacht. Und natürlich konnten sie zu allem Formaten ihre Fragen in Echtzeit stellen und auch private Chats nutzen.

Im Vorfeld wurden die Teilnehmer auch mit der Plattform, die wir für das Event genutzt haben vertraut gemacht.



BERNINA

SWISS ENGINEERING



Das sagt der Kunde

„Mit Bernina on Air haben wir die erste virtuelle Fachhandelstagung der Branche im deutschsprachigen Raum etabliert.

Bei der Planung, Organisation und Durchführung haben wir eng mit Rolf Stecher und Christian Rahn zusammengearbeitet. Die beiden haben uns mit ihren kreativen Ideen und ihrer professionellen Art absolut überzeugt.

Keine vorgefertigte Schablone, sondern ein individuelles Konzept, das sowohl perfekt geplant als auch reibungslos umgesetzt wurde. Wir blicken auf ein tolles Firmenevent zurück, welches Mitarbeiter und Kunden gleichermaßen begeistert hat. Dankeschön!“

Andreas Heller

Vertriebsleitung D/AT BERNINA Nähmaschinen GmbH

Vorteile digitaler Events

Analog, digital oder hybrid?

Natürlich haben alle Formate ihre Berechtigung und sicherlich auch ihre ganz eigenen Reize.

Auch wir schätzen das persönliche Aufeinandertreffen. Dennoch bieten digitale Events jede Menge Vorteile, u.a.:

- Innovatives Marketing- und Vertriebsinstrument
- Hohe Planungssicherheit und Flexibilität
- Teilnahme von überall möglich / Reichweite der Veranstaltung wird erhöht
- Interaktives Format & flexible Teilnahmemöglichkeiten
- Volle Flexibilität in puncto Laufzeit und Umfang
- Vorproduzierte Inhalte, Live Webinare und Livestreams für große Teilnehmerzahlen
- Wiederverwertungsmöglichkeiten von produzierten Inhalten
- Neue potentielle Absatzkanäle
- Qualifizierte Kundenbedürfnisse ermitteln
- Immense Zeit- und Kostenersparnis für alle Beteiligten

Digitale Events müssen, wie analoge übrigens auch, mit interessanten Themen gefüllt werden und über die passende Dramaturgie die Teilnehmer in ihren Bann ziehen.

Eine gute Story, unterhaltende Elemente sowie ein ausgeklügeltes **Teilnehmer-Management** sind unerlässlich.



Kennziffern (KPIs) für digitale Events

Auf jeden Fall sollten auch ein oder mehrere KPIs für virtuelle Events festlegen, an denen der Erfolg der Veranstaltung gemessen werden kann.

Welche das sind, ist abhängig von Branche, Zielgruppe, Art der Veranstaltung und dem Level der Akzeptanz digitaler Events.

Es gilt aber immer: Was möchte ich mit dem Events erreichen? Was ist mein Ziel? Aus diesem Ziel wird dann die messbare Kennziffer abgeleitet.

Mögliche KPIs sind zum Beispiel:

- Teilnehmeranzahl / Verkaufte Tickets
- Interaktionsrate der Teilnehmer
- Verweildauer während des Events
- Klicks auf bereitgestellte Links
- Downloads von bereitgestellten Dokument
- Leadgenerierung über Formulare / Anzahl Leads
- Anzahl Terminanfragen
- Verkaufte Produkte, Services oder Dienstleistungen
- Reichweite, Sichtbarkeit, Reputation (Messung vor und nach Event)



Key Learnings aus den letzten Projekten

Kreativität schlägt Technik. Emotionen schlagen inhaltlichen Perfektionismus.

- Wählen Sie das richtige Format. Meine Empfehlung: Edutainment statt Power Point Monologe.
- Achten Sie auf die passende Dramaturgie des Events
- Bieten Sie Abwechslung, inkl. unterhaltende Elemente
- Geben Sie den Teilnehmern verschiedene Möglichkeiten zur Interaktion in Form von Echtzeitkommunikation, z. B. (Video-)Chat, Umfragen etc.
- Bieten Sie begleitendes Material zur Veranstaltung an, z.B. Downloads
- Verlängern Sie Ihr Event durch Abruf von Inhalten in einer - Mediathek.

Das Wichtigste aber: Erstellen Sie **erst das KONZEPT** und gehen dann an die technische Umsetzung.

Let's talk

Lassen Sie uns doch mal reden, und zwar nicht nur über Ihr nächstes Event. Denn die ganze Bandbreite des modernen Vertriebsmarketing ist meine Welt.

Ich und mein Netzwerk sorgen dafür, dass ...

- aus Ideen ein rundes, wirtschaftlich sinnvolles Konzept wird.
- ein leidenschaftliches Mindset & Motivation im Team herrschen.
- eine wirkungsvolle Ansprache der Kunden erfolgt.
- Ihre Ideen auch Wirklichkeit werden.

■ CHRISTIAN RAHN

Über 25 Jahre Erfahrung als Marketing Direktor, Business Developer und Geschäftsführer im B2B und B2C im internationalen Umfeld.

Heute unterstütze ich mit meinem Netzwerk andere Unternehmer, ihren Vertrieb und Marketing optimal auf die Herausforderungen der Digitalisierung einzustellen, ohne die nötige analoge Bodenhaftung zu verlieren.

Lassen Sie uns ins Gespräch kommen:

✉ chris.rahn@cmo2go.de

📱 +49 162 283 8768

🌐 cmo2go.de

