

Leitfaden

Vorbereitung für eine erfolgreiche virtuelle Messe

Was gibt es zu berücksichtigen?

Ob virtuelle, hybride oder Präsenzveranstaltung. Nichts geht ohne ein gut durchdachtes Konzept, auf das ein Team zurückgreifen kann. Bei virtuellen Events gibt es dabei andere Faktoren zu beachten als bei einer klassischen Messe.

Wir wollen einen Ideen-Leitfaden für eine erfolgreiche Umsetzung mit folgenden Themen bieten:

1. Kommunikation
2. Maßnahmen
3. Stakeholder
4. Timing

Kommunikation

Eine virtuelle Messe ist keine 1:1 Kopie einer Präsenzveranstaltung sondern ein eigenständiges Format. Damit die Nutzer sich dessen bewusst sind, sollte der Veranstalter sie früh dafür sensibilisieren:

- mit dem Ziel, die Erwartungshaltung in die richtige Richtung zu steuern um Unklarheiten zu vermeiden;
- um die spezifischen Nutzenversprechen deutlich machen;
- um die zur Durchführung notwendigen, technischen Voraussetzungen für die Kommunikation und das Messe-Erlebnis zu kommunizieren;

Die Teilnehmer, das sind im ersten Schritt die Aussteller und im zweiten Schritt die Besucher, sollten also mit verschiedenen Maßnahmen inhaltlich auf das neue Event-Format vorbereitet und abgeholt werden.

Je nach Gesamtkonzeption der Veranstaltung mach es Sinn entsprechend eine Positionierung und Kommunikations-Botschaften zu formulieren und ggf. auch weiter zu detaillieren und auszuformulieren.

Positionierung (Beispiel)

Die »[Messename] digital« ist eine virtuelle Messe.

Sie verbindet Bestandteile aus dem etablierten Konzept einer Präsenzmesse mit den digitalen Möglichkeiten der virtuellen Welt, um auch in besonderen Zeiten Trendbarometer und internationaler Marktplatz der Branche zu sein.

Das innovative Konzept nutzt bekannte digitale Kommunikationskanäle wie Video- oder Text-Chat in einer 3-dimensionale Messewelt als immersives Erlebnis. Für Ihre erfolgreiche Markenpräsenz und qualifizierte Leads.

Werden auch Sie Teil der »[Messename] digital« und nutzen Sie zeitgemäße Technik um Ihre Produkte und Dienstleistungen zeitgemäß zur präsentieren.

Das bedeutet:

- Die »[Messename] digital« ist genauso wichtig wie die bisherige Präsenzveranstaltung, die aufgrund der Pandemie nicht stattfinden kann.
- Sie ist keine 1:1 Kopie einer Präsenzmesse.
- Sie bietet innovative Präsentations- und Kommunikationsmöglichkeiten auf digitalem Weg für die Lead-Gewinnung.
- Es erfordert die entsprechende Technik um teilnehmen zu können.

Maßnahmenkatalog I (Marketing allg.)

Der Erfolg der Veranstaltung hängt in den meisten Fällen von den Besuchern ab. Im Gegensatz zu bereits etablierten Präsenz-Veranstaltungen muss eine virtuelle Messe deutlich intensiver beworben werden. Hier eine Liste an Möglichkeiten:

- Messe-Website
- E-Mail-Signaturen mit Info-Banner
- Info-Banner auf LinkedIn- und Xing-Profilen
- E-Mail-Marketing (proaktiv: save-the-date, vorher, während, danach)
- Newsletter (reaktiv)

Maßnahmenkatalog I (Marketing allg.)

- Newsletter (reaktiv)
- Multiplikatoren (Verbände, Blogs, ...)
- Anzeigenwerbung (Google Ads, ...)
- Werbung auf Social-Media-Kanälen (FB, Insta, Twitter, ...)
- Werbung in Fachmedien
- ...

Maßnahmenkatalog II

Wie gelingt es, die Aufmerksamkeit der Besucher zu wecken und vor allem zu halten? Ideen:

- Podcast (während der Laufzeit)
- Messe-Radio -> Messe-Moderation
- Blog
- Listicles (5 Argumente für..., 10 Punkte für eine erfolgreiche ...)
- Pressemappe
- Presseaktion
- Auftakt-PK

Aussteller

Auch bei virtuellen Events ist es das Ziel, durch Matchmaking Kunden und Besuchern den größtmöglichen Nutzen in Bezug auf Informationen, Kontakte und Handelsaktivitäten zu bieten.

Unterstützen Sie die Aussteller und geben Sie Ihnen Hinweise, wie es gelingt Aufmerksamkeit für ihren Stand zu wecken:

- Marketing-Package für die Aussteller
- Technischer Aussteller-Check
- Messe-Trainings-Camp
- Aha-Momente: Engagement/Involvement: Quiz, Anlockungs-Optionen, ...

- Wort-Bildsprache auf dem Messestand und Content-Empfehlungen zu Stand-Design, Eye-Catcher, Schlagworten, ...
- Umfragen/Erfolgskontrolle
- Sind die Mitarbeiter für virtuelle Messegespräche trainiert
- Gibt es Gesprächsleitfäden, Gesprächsdokumentation, ...
- IT-Test / technische Voraussetzungen
- IT-Notfallplan
- Zuständigkeiten
- Links zu Service-Unternehmen für Gesprächs-Training, Moderation, Live-Streaming, ...

Besucher

Den Besuchern kann man frühzeitig die Möglichkeit geben, sich für diese neue Art von Event vorzubereiten oder sich schon mal intensiver damit auseinanderzusetzen:

- IT-Test / technische Voraussetzungen
- Leitfaden
- Netiquette auf der virtuellen Messe
- Hints & Tips
- Links zu Video-Chat, Text-Chat, ...

Timing

Alle Maßnahmen sollten terminlich eingeordnet werden. Hier hilft eine sinnvolle **Phasenstruktur**:

1. Vorbereitungsphase
2. Einführungsphase
3. Stabilisierungsphase
4. Auffrischungsphase
5. Livephase
6. Follow-Up