



Checkliste für maximalen Event Impact und maximaler Event Memorability



Gibt es eine Digital Site Inspection

Immer mehr Entscheidungsträger schauen im ersten Schritt nach einem 3D Erlebnis, welches nicht nur aus 360° Bildern besteht, sondern direkt ein realistisches Spielerlebnis erlaubt



Wie einfach kann gebucht oder angefragt werden

Häufig ist ein Entscheidungskriterium, wie einfach eine Anfrage oder sog. Buchung an die Lokation übermittelt werden kann. Hier ist eine durchgängige, einfache zu handhabende Buchungsstrecke mit dynamischen Preisen, ein absoluter Revenue Treiber und Garant für Buchungen



Mixed Reality als Entscheidungsverstärker im Vor-Ort Termin

Neben den digitalen Entscheidungsvorbereitungen wird eine abschließende Entscheidung oft nach wie vor im Vor-Ort Termin getroffen. Werden fertige Setup dem Interessenten direkt vor Ort in den Raum eingeblendet und erlebt er den Raum so, wie er später aussehen wird, oder muss er sich vorstellen, wie es mal aussehen könnte



Eigene Event-Expertise klar herausstellen

Ein wesentlicher Unterschied bei der Auswahl auf Entscheider Seite macht die eigene Event-Expertise der Lokation aus. Kann Sie beraten, die richtigen Empfehlungen für Setup und Aufbau geben oder sogar weitere Dienste wie z.B. Catering, Musik, Entertainment mit anbieten



Empfehlungsmanagement

In der Übernachtungsbuchung sind Empfehlungen ein wesentlicher Treiber für ein nachhaltiges und konstantes Buchungsverhalten. Verfügt die Lokation über ein Bewertungs- und Empfehlungsprogramm, um damit auch neue Interessenten für sich zu gewinnen





Kontinuierlicher Kontakt

Gibt es ein Kontakt Management in dem Veranstalter und Gäste nach einem Event angeschrieben werden, erhöht sich die Nachhaltigkeit des Events für Folgebuchungen signifikant



Storytelling

Mit einem Storytelling Konzept wird Interesse und „Will ich auch“ bei der Vorauswahl einer Lokation umfassend erzeugt.

Was überzeugt ein Brautpaar, einen Galaveranstalter, einen Jubilar mehr von der Lokation als Bilder und Stories von vergangenen Veranstaltungen.

So werden durchgeführte Veranstaltungen, in Absprache mit dem Veranstalter, auch gleich als Event-Story dokumentiert, in Instagram Stories, Newsletter, der Unternehmens-Webseite veröffentlicht und steigern das Interesse an der Lokation

