



# Der ultimative Leitfaden für Venues, um mit digitaler Technologie außergewöhnliche Events zu schaffen

Wie Sie Automatisierung  
nutzen können, um Ihr Venue-  
und Eventmanagement zu  
vereinfachen.



# Willkommen

Der Begriff "Event" umfasst verschiedene soziale, kulturelle und geschäftliche Anlässe. Von groß angelegten Veranstaltungen in Konferenz-, Ausstellungs- und Messezentren, Sport- und Konzertsälen, Universitäten, Kunst- und Kulturzentren bis hin zu kleinen Veranstaltungen wie Konferenzen, Unternehmensversammlungen und Galen. Obwohl der Inhalt all dieser Veranstaltungen sehr unterschiedlich ist, bleibt der Prozess, um außergewöhnliche Momente in Ihrem Veranstaltungsort zu schaffen, derselbe.

Trotzdem nutzen viele Veranstaltungsorte und Organisationen bisher keine digitalen Technologien für ihr Veranstaltungsmanagement, um die Prozesse zu vereinfachen und so eindrucksvollere wie auch profitablere Events durchzuführen. Der Einstieg in die Automatisierung kann für viele Organisationen wie ein Sprung ins kalte Wasser erscheinen. Aber soviel sei vorweg verraten - den manuellen Eventplanungsprozess durch Technologie zu ersetzen, ist eine großartige Gelegenheit, um die Effizienz zu verbessern, die Konsistenz zu gewährleisten und Ihr Personal sowie Ihre Kunden zu begeistern.

In diesem Leitfaden führen wir Sie durch die sechs Phasen des Eventmanagements. Die verschiedenen Phasen werden Ihnen bereits vertraut sein, aber wir teilen Ihnen die Schritte mit, die Sie benötigen, um Ihre Veranstaltung so zu gestalten und durchzuführen, wie sie für Ihren Veranstaltungsort richtig ist.

---

## Das erwartet Sie

In dieser Anleitung finden Sie die Taktiken, die im Eventmanagement für die Erfassung, Konvertierung, Vorbereitung, Durchführung, Berichterstattung und Pflege von Datensätzen verwendet werden. Es gibt so viele Orte, an denen eine Veranstaltung stattfinden kann, und so viele Möglichkeiten, sie zu planen und durchzuführen. Wir hoffen, dass dieser Leitfaden Ihnen alles gibt, was Sie brauchen, um an Ihrem Veranstaltungsort erfolgreich zu sein.

- 04 Legen Sie Ihre Strategie fest
- 06 Die sechs Phasen des Eventmanagements
  - 07 Phase 1: Erfassung
  - 08 Phase 2: Konvertierung
  - 10 Phase 3: Vorbereitung
  - 12 Phase 4: Durchführung
  - 14 Phase 5: Berichterstattung
  - 16 Phase 6: Pflege
- 17 Bereit loszulegen

# Legen Sie Ihre Strategie fest

Bevor Sie in die Taktiken des Eventmanagements einsteigen, müssen Sie Ihre Event-Strategie festlegen. Ihre Strategie gibt Ihnen den Weg vor, den Sie einschlagen müssen, um die Ziele Ihres Veranstaltungsortes zu erreichen. Sie müssen definieren, was Sie machen wollen, wie Sie es umsetzen werden, was die Erwartungen sind und wie Sie Ihren Erfolg messen möchten. Eine gute Strategie konzentriert sich auf Ihre gewünschten Endergebnisse.

## Was möchten Sie erreichen?

Hier sind einige der wichtigsten Ergebnisse, die viele Venues mit ihrer Eventmanagement-Strategie erzielen möchten.

### **Beschleunigen Sie den Einarbeitungsprozess Ihres Personals und stellen Sie die Geschäftskontinuität sicher**

Personalprobleme bleiben für viele Organisationen eine Belastung. Ihr Veranstaltungsort kann über begrenzte Ressourcen verfügen oder einfach auf befristetes Personal für Veranstaltungen angewiesen sein. Statt wertvolle Zeit mit Onboarding und Schulung zu verschwenden, kann Technologie neue Mitarbeiter in Systeme und Prozesse einführen und somit für Konsistenz und Kontinuität sorgen, um bessere Ergebnisse zu erzielen. Durch die Automatisierung Ihrer Veranstaltungsmanagementprozesse wird das Onboarding-Verfahren Ihres Veranstaltungsortes zu einer weniger belastenden Aufgabe.

### **Steigern Sie die Produktivität und erreichen Sie Ihr Geschäftspotential**

Das Verwenden von Outlook und Excel zur Verwaltung Ihrer Veranstaltungen kann zu Ineffizienz und Fehlern führen. Wenn Sie mehr Mitarbeiter benötigen oder mehr Stunden am Tag, um Ihre Veranstaltungen zu verwalten, sollten Sie ein Eventmanagementsystem in Betracht ziehen. Es ermöglicht Ihrem Veranstaltungsort, sein wahres Geschäftspotential zu erreichen, indem es den Mitarbeitern die notwendigen Werkzeuge zur Steigerung der Produktivität und Leistungskapazität bereitstellt.

## **Fördern Sie die Mitarbeiterzufriedenheit und die Personalbindung**

Lassen Sie uns ehrlich sein, Veranstaltungen sind kompliziert und es braucht ein Dorf, um bedeutende Veranstaltungen zu schaffen. Es gibt viele bewegliche Komponenten und jeder hat unterschiedliche Rollen und Verantwortlichkeiten. Eine unzureichende Kommunikation und das Fehlen notwendiger Werkzeuge, um ihre Arbeitsverantwortung wahrzunehmen, kann zu schlechtem Mitarbeiterengagement und einem erhöhten Stresslevel führen. Stellen Sie sicher, dass Sie das richtige Veranstaltungsmanagementsystem haben, das Engagement fördert, die Leistung und die Mitarbeiterzufriedenheit verbessert.

## **Beseitigen Sie manuelle Prozesse und verbessern Sie die Effizienz**

Manuelle Prozesse wie das Duplizieren von Daten und übermäßiger Kundenkorrespondenz sind zeitaufwendig, kostenintensiv und risikoreich, da viel Raum für menschliche Fehler besteht. Durch das Ersetzen manueller Prozesse durch automatisierte Eventmanagement-Technologie sparen Veranstaltungsorte Zeit und Geld und können vor allem ihr Personal entlasten, um sich auf gewinnbringende Prioritäten zu konzentrieren.

## **Verbessern Sie die Datenintegrität und gewinnen Sie einen übersichtlichen Einblick in die Unternehmensperformance**

Das Bedürfnis, jeden Aspekt der Event-Betriebsabläufe einsehen zu können, ist für viele Veranstaltungsorte eine Herausforderung. Ein Eventmanagement-System kann alle Informationen zentralisieren, so dass Sie nichts verpassen. Mit einer einzigen verlässlichen Informationsquelle können sich Eventmanager und Organisatoren sicher sein, dass die Daten genau und aktuell sind, was interne Zusammenarbeit fördert und ausführliche Berichterstattung und bessere Einblicke in die Performance ermöglicht.

## **Verbessern Sie das Kundenerlebnis mit digitalen Berührungspunkten**

Die Lieferanten und Kunden, die mit Ihrem Veranstaltungsort zusammenarbeiten möchten, erwarten jetzt mehr digitale Berührungspunkte denn je. Das Versäumnis, Services wie Online-Verfügbarkeit, Webformulare, Buchungsportale, digitale Signatur und Online-Zahlungen anzubieten, kann dazu führen, dass potenzielle Kunden oder Organisationen von einer Buchung Ihres Veranstaltungsortes absehen. Darüber hinaus ermöglichen digitale Berührungspunkte dem Veranstaltungsteam, weniger Zeit mit administrativen Aufgaben und mehr Zeit mit wichtigen Dingen zu verbringen – wie beispielsweise dem Schaffen außergewöhnlicher Events.

## **Erschaffen Sie sichere, rentable und unvergessliche Veranstaltungen**

Risikomanagement steht immer im Vordergrund der Veranstaltungsplanung. Die oberste Priorität eines jeden Eventmanagers ist es, sein Veranstaltungspersonal, seine Lieferanten und Kunden sicher zu halten. Durch die Implementierung der richtigen Systeme zur Automatisierung von Eventmanagementprozessen können Veranstaltungsorte konsistent außergewöhnliche Veranstaltungen schaffen, die sicher, unterhaltsam, innerhalb des Budgets und nach Plan stattfinden. Als Ergebnis verbessern Veranstaltungsorte die Kundenzufriedenheit und fördern wiederholte Geschäfte und das Wachstumspotential.

# Die sechs Phasen des Eventmanagements

Ganz egal welche Art von Veranstaltung Sie in Ihrer Location planen, es gibt sechs primäre Phasen für ein erfolgreiches Veranstaltungsmanagement. Mit der richtigen Technologie kann für Ihren Veranstaltungsort jede dieser Phasen vereinfacht werden.

<b>Erfassung</b>	Aufzeichnung der eingehenden Anfrage
<b>Konvertierung</b>	Sicherung der Buchung
<b>Vorbereitung</b>	Planung der bevorstehenden Veranstaltung
<b>Durchführung</b>	Bereitstellung der gebuchten Dienstleistungen am Tag der Veranstaltung
<b>Berichterstattung</b>	Wurde das gewünschte Ergebnis erzielt?
<b>Pflege</b>	Effektives Eventmanagement garantiert eine außergewöhnliche Erfahrung für Ihre Kunden und ebnet den Weg für Folgebuchungen.

# Phase 1: Erfassung

Die erste Stufe des Eventmanagementprozesses ist die Erfassung der eingehenden Anfrage, die Bestätigung der Verfügbarkeit und die Bereitstellung von Buchungsinformationen an den potenziellen Kunden. Hier sind einige Beispiele dafür, wie Sie den Anfrageprozess automatisieren können:

## Web-Formulare

Bieten Sie ein besseres Kundenerlebnis durch die Implementierung eines integrierten Web-Formulars auf Ihrer Website an, durch das Interessenten zu jeder Zeit eine Anfrage stellen können – auch außerhalb der Geschäftszeiten.

## Live-Verfügbarkeit

Veröffentlichen Sie die Live-Verfügbarkeit Ihres Veranstaltungsortes auf Ihrer Website, damit Kunden ihr bevorzugtes Buchungsdatum / ihre bevorzugte Uhrzeit suchen oder eine Alternative auswählen können, wenn ihre erste Wahl nicht verfügbar ist. Echtzeitverfügbarkeit beschleunigt Ihren Buchungsprozess und erhöht die Auslastung während ungenutzter Daten, z.B. außerhalb der Stoßzeiten, unter der Woche, an Tagen ohne Spiele / Veranstaltungen, usw.

## Veranstaltungskalender

Veröffentlichen Sie einen Live-Veranstaltungskalender auf Ihrer Website, um Hochkaräter-Veranstaltungen und Buchungen von bekannten Marken zu präsentieren. Dadurch zeigen Sie Interessenten, dass Sie ein angesehenere Veranstaltungsort sind, der gefragt ist und können dadurch Vertrauen gewinnen.

## E-Mail-Vorlagen

Erstellen Sie standardisierte E-Mail Vorlagen inklusive relevanter Anhänge (z.B. Funktionskompendien, Menüs, Buchungsformulare, Audiovisuell-/Möbel-/Themenpakete usw.) zur Vereinfachung der Kommunikation und Zeitersparnis.

## Automatisierte Lead-Zuweisungen und Benachrichtigungen

Verwenden Sie Ihr Customer Relationship Management (CRM), um neue Leads automatisch relevanten Mitarbeitern zuzuweisen und ihnen eine E-Mail zu senden, die sie zur Antwort auffordert, wenn jemand eine Anfrage über Ihre Website einreicht. Automatisierte Zuweisungen und Benachrichtigungen sorgen für ein besseres Kundenerlebnis, da sie eine schnellere Reaktionszeit Ihrer Mitarbeiter fördern.

## EVENTPRO-TIPP

### Erfassen und Konvertieren Sie neue Buchungen mit Online-Selbstbedienungsportalen

Anstatt Ihre Online-Selbstbedienungserfahrung auf Anfrage-Webformulare zu beschränken, kombinieren Sie die beiden Phasen "Erfassen" und "Konvertieren" des Eventmanagementprozesses, indem Sie ein Online-Buchungsportal bereitstellen, welches Kunden ermöglicht die Verfügbarkeit zu überprüfen, zu buchen und über Ihre Website bezahlen zu können. Erfahren Sie mehr über die Vorteile von Online-Buchungen in der 2. Phase dieses Leitfadens.



# Phase 2: Konvertierung

Die Konvertierungsphase des Eventmanagementprozesses ist der Moment, an dem eine Anfrage zu einer bestätigten Eventbuchung wird. Wie bei jedem Verkaufsprozess müssen Veranstaltungsorte, um die Konversionsrate zu verbessern, dem Kunden die bestmögliche Erfahrung bieten und ihm die Informationen und Tools bereitstellen, die er benötigt, um die Buchung zu bestätigen. Hier sind einige Beispiele dafür, wie Sie den Verkaufsprozess verbessern können, um die Konvertierungen zu erhöhen:

## Sales-Dashboards

Es ist von größter Bedeutung, aktive Verkaufsmöglichkeiten im Auge zu behalten, um den Verkaufsprozess zu beschleunigen und Konvertierungen zu erhöhen. Der einfachste Weg besteht darin, Messwerte auf Ihrem CRM-Dashboard für alle Sales Mitarbeiter anzuzeigen, damit sie mühelos auf relevante Informationen zugreifen und verweisen können, zum Beispiel:

---

### Liste bestehender Verkaufschancen

Generieren Sie eine Liste Ihrer bestehenden Verkaufschancen, die als Roadmap dienen wird, mit wem Sie Kontakt aufnehmen müssen.

---

### Prognosebericht

Dieser Bericht sollte alle bestätigten Veranstaltungsbuchungen enthalten, um sie mit Key Performance Indicator (KPI) -Zielen zu vergleichen.

---

### Pipeline / Statusbericht

Erstellen Sie einen Bericht, der anzeigt, wie viele Anfragen Sie haben und deren relevanten Status, damit Sie sehen können, wo sie im Pipeline-Prozess stehen (d.h. verloren, vorläufig, mündlich bestätigt, bestätigt, usw.).





## Automatisierung von Angeboten, Kostenvoranschlägen, Rechnungen und Verträgen

Sparen Sie Zeit bei der Erstellung von Angeboten, Kostenvoranschlägen, Rechnungen und Verträgen, indem Sie Vorlagen mit Standardgebühren für den Veranstaltungsort, Essen, Getränke, Möbel, Ausrüstung, Personal und Sicherheit erstellen. Bei der Berechnung von Kosten auf Technologie zu setzen reduziert das Risiko von Berechnungsfehlern. Außerdem fügen Sie Ihre Buchungsbedingungen zu Ihren Vorlagen hinzu, um sicherzustellen, dass potenzielle Kunden verstehen, wofür sie sich verpflichten, wenn sie bestätigen.

## Automatisierte Erinnerungen

Verwenden Sie Ihr CRM, um Erinnerungen für Sie zu setzen, um Verkaufsbezogene Aktivitäten wie Follow-up-Telefonanrufe oder E-Mails an Kunden mit ausstehenden Anfragen, Verträgen, Zahlungen usw. zu vollenden.

## Wartelisten

Verwenden Sie Ihr CRM, um eine Warteliste für neue Anfragen zu ausgebuchten Terminen zu erstellen. Wartelisten helfen Ihnen, die nächste Person in der Reihe im Falle einer Stornierung zu identifizieren und verhindern, dass Sie potentiellen Umsatz verlieren.

## Digitale Unterschriften

Schließen Sie Verkäufe schnell ab, indem Sie Kunden ermöglichen, Angebote, Verträge und andere Vereinbarungen mithilfe digitaler Signaturlösungen statt manueller Prozesse, wie dem Drucken und Scannen von Papierdokumenten, zu unterschreiben.

## Digitaler Gebäudeplan

Obwohl eine Ortsbesichtigung eine großartige Möglichkeit ist, das Potenzial des Veranstaltungsortes zu präsentieren, kann es vorkommen, dass eine vor Ort Besichtigung nicht möglich ist. Grundrisse und dreidimensionale Raumdiagramme können potenziellen Kunden helfen zu verstehen, wie ihre Veranstaltung im Veranstaltungsort aussehen wird und sie ermutigen, zu buchen.

## Online-Buchungen

Online-Buchungsportale sind die ultimative Lösung zur Erfassung und Konvertierung von Anfragen, da sie Kunden mit den Werkzeugen ausstatten, die sie benötigen, um ihre Buchungen eigenständig zu verwalten. Hier sind einige Beispiele für Veranstaltungsorte, die von Online-Buchungslösungen profitieren:

---

### Arenen und Stadien

Mitglieder und Fans können an Spieltagen und nicht-Spieltagen Unternehmenssuiten und VIP-Lounges buchen.

---

### Unternehmen

Mitarbeiter und Stakeholder können Konferenzräume und andere Arbeitsbereiche für Meetings und Veranstaltungen buchen.

---

### Universitäten

Mitarbeiter und Mitglieder können einmalige und wiederkehrende Buchungen für Sozial-, Sport- und Freizeitveranstaltungen und Aktivitäten verwalten.

## Online-Zahlungen

Bieten Sie ein online integriertes Zahlungsportal an, um Ihren Zahlungs- und Abwicklungsprozess zu beschleunigen und Ihren Kunden die bevorzugten Zahlungsmethoden anzubieten, wie z.B. Kreditkarten, Überweisung, Lastschrift. Dies wird nicht nur den Abwicklungsprozess verbessern, sondern dem Kunden auch besseren Zugang zu detaillierten Zahlungsinformationen ermöglichen.

# Phase 3: Vorbereitung

Sobald die Veranstaltungsbuchung bestätigt ist, ist die nächste Stufe im Eventmanagementprozess die Vorbereitung auf die bevorstehende Veranstaltung. So viele Faktoren spielen bei der Koordination und Planung einer bevorstehenden Veranstaltung eine Rolle, sodass man bei der Verwendung von manuellen Prozessen und menschlicher Business Intelligence zu viel Spielraum für Fehler hat. Hier sind einige Möglichkeiten, wie Sie den Vorbereitungsprozess automatisieren können:

## Interaktive Checklisten

Verwenden Sie interaktive Checklisten, damit alle erforderlichen Aufgaben an die relevanten Teammitglieder delegiert werden und sie in den Wochen vor einer Veranstaltung über ihre Verantwortlichkeiten und Fristen informiert werden. Übliche Fristen für das Venue-Personal sind folgende:

- Papierkram/Zahlungen
- Personalplanung
- Buchung von Sicherheitspersonal
- Kontakt zum Kunden aufnehmen, um Veranstaltungsdetails zu bestätigen, z.B. Gästeanzahl, Menüauswahl, ernährungsspezifische Anforderungen, Veranstaltungszeiten, Raumeinrichtung/ Bestuhlung, Details zur digitalen Beschilderung und Equipment
- Senden Sie dem Kunden Zugangsinformationen zum Veranstaltungsort (z.B. Sicherheitscodes, Wegbeschreibung, etc.)
- Senden Sie dem Kunden nach der Veranstaltung Feedback-Formulare/Umfragen.

## Interaktive Risikomanagementpläne

Die Risikoanalyse ist ein wichtiger Teil der Veranstaltungskoordination. Erstellen Sie standardisierte, interaktive Risikomanagementpläne, die auf verschiedene Veranstaltungstypen zugeschnitten sind, um Ihnen bei der Planung, Zuweisung und Überwachung von Aufgaben, Risikokontrollen oder Korrekturmaßnahmen im Vorfeld einer Veranstaltung zu helfen.



## Online-Buchungsportale

Integrierte Online-Eventbuchungsportale sind für großangelegte Veranstaltungen von Vorteil, die mehrere kleinere Eventbuchungen enthalten. Die Nutzung eines Portals unterstützt die Zusammenarbeit zwischen Ihrem Team und Ihren Kunden bei der Planung der Veranstaltung, denn die Kunden können ihre anstehenden Buchungen einsehen und Bestellungen für Speisen und Getränke, audiovisuelle Ausrüstung usw. verwalten. Diese Selbstbedienungsportale sind besonders für folgende Arten von Veranstaltungsorten:

- Festivals mit verschiedenen großen Veranstaltungen/Auftritten an mehreren Standorten
- Marketingtage mit individuellen Standbuchungen
- Gala-Dinner mit individuellen Tischbuchungen
- Handelsausstellungen mit individuellen Standbuchungen
- Firmen- und VIP-Lounges.

## Bestellbestätigung für Veranstaltungen

Vor der Veranstaltung ist es wichtig, dass Sie Ihre Kunden bitten, alle Details für seine Veranstaltung zu bestätigen, um sicherzustellen, dass Ihre Daten übereinstimmen. Hierfür erstellen Sie eine standardisierte Berichtvorlage mit allen wichtigen Veranstaltungsdetails wie Menüauswahl, Equipment, Servicezeiten und allen weiteren Buchungen und präsentieren diese Ihren Kunden zur Überprüfung und Freigabe vor der Veranstaltung.

## EVENTPRO-TIPP

**Verwenden Sie Dashboards, um alle wichtigen Informationen im Überblick zu haben**

Anstatt mehrere Berichte zu erstellen, sparen Sie Zeit, indem Sie personalisierte Dashboards innerhalb Ihres ERP erstellen, um aktuelle Informationen über bevorstehende Veranstaltungen und ausstehende Aufgaben anzuzeigen. Hier sind einige Beispiele für Informationen, die Ihr Dashboard enthalten sollte:

- Ausstehende Rechnungen
- Bevorstehende Veranstaltungen (täglich / wöchentlich / monatlich)
- Tägliche Aktivitäten / Aufgaben.



# Phase 4: Durchführung

Nach Bestätigung der Buchung und Koordination der Veranstaltungsdetails ist der nächste Schritt, die Veranstaltung und die Dienstleistungen an dem gewählten Ort und zum gewünschten Datum und Zeitpunkt durchzuführen. Hier sind einige Beispiele dafür, wie Veranstaltungsorte Technologie nutzen können, um ein reibungsloses Veranstaltungserlebnis für Ihr Personal und die Veranstaltungsteilnehmer sicherzustellen:

## Benutzerdefinierte Vorlagen für Veranstaltungsaufträge

Es ist wichtig, dass Sie Ihren Teams und Zulieferern die benötigten Veranstaltungsinformationen in einem geeigneten Format zur Verfügung stellen. Wenn Sie Ihre Mitarbeiter mit zu vielen Informationen überhäufen, verwirren Sie sie. Erstellen Sie individuelle Veranstaltungsaufträge - auch bekannt als Banquet Event Orders (BEO), Personalinformation, oder Briefing, damit diese nur auf die Informationen zugreifen können, die sie benötigen. Zum Beispiel:

Kundenanfragen	Lieferantendetails	Informationen für das Servicepersonal
<ul style="list-style-type: none"><li>• Anzahl der Gäste</li><li>• Menüauswahl</li><li>• Diätische Anforderungen</li><li>• Veranstaltungs-/Servicezeiten</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Details und Zeiten zum Zugang zum Ladebereich</li><li>• Grundriss und Abmessungen des Güteraufzugs</li><li>• Auf- und Abbauzeiten</li><li>• Einlassbedingungen, z. B. hohe Sichtbarkeit der Kleidung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Veranstaltungszeiten einschließlich Ankunft und Abreise der Gäste</li><li>• Grundrisse und Sitzkonfigurationen</li><li>• Menüauswahl</li><li>• Getränkeauswahl</li><li>• Ansprechpartner und VIPs</li><li>• Diätische Anforderungen</li></ul>

## Mobile Aufgabenlisten

Statt sich ausschließlich auf physische oder digitale Veranstaltungsaufträge zu verlassen, sollten interaktive Checklisten in mobilen Apps genutzt werden. Dadurch können Mitarbeiter und Lieferanten alle Aufgaben einsehen, die sie im Vorfeld einer Veranstaltung ausführen müssen, und sie als "erledigt" markieren, während sie von unterwegs aus arbeiten, so dass das gesamte Team in Echtzeit auf Fortschritte zugreifen kann.

## Live-Updates für externe Mitarbeiter und Stakeholder

Oft haben Veranstaltungsorte Personen außerhalb des Events-Teams, die Zugang zu grundlegenden Veranstaltungsdetails benötigen, z. B. Empfangsmitarbeiter, Management, Auftragnehmer, Security, usw. Diesen externen Dienstleistern Zugang zu Kalendern und aktuellen Veranstaltungsinformationen zu gewähren ist unerlässlich, um sicherzustellen, dass sie während der Veranstaltung nicht auf das Event-Personal angewiesen oder abgelenkt sind.

## Echtzeit-Risikomanagement

Verwenden Sie eine Risikomanagement-Plattform, um Details zu erfassen, relevante Abteilungen in Echtzeit zu benachrichtigen und über Probleme zu berichten, die während einer Veranstaltung aufgetreten sind. Für größere Veranstaltungsorte ist ein Tool, das mit Google Maps integriert ist, hilfreich, um Ihrem Team zu helfen, den Ort des Vorfalls zu bestimmen. Diese Informationen helfen nicht nur, das Problem vor Ort zu lösen, sondern können auch für zukünftige Risikobewertungen im Planungsstadium verwendet werden.

## Digitale Beschilderung und Anzeigetafeln

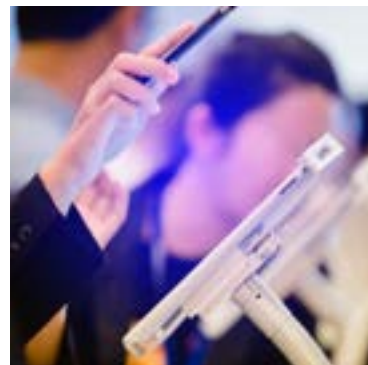
Entlasten Sie Ihr Personal und erleichtern Sie den Teilnehmern den Zugang zu Ihrem Veranstaltungsort und die Navigation vor Ort. Programmieren Sie Live-Anzeigetafeln, um relevante Veranstaltungsdetails anzuzeigen oder kritische Updates über letzte Änderungen oder Anweisungen im Notfall bereitzustellen.

## Digitaler Einlass

Der Einlassprozess unterscheidet sich je nach Veranstaltung, z. B. melden sich Konferenzteilnehmer an einem Registrierungsdesk an, während sie bei einer verkauften Vorstellung oder einem Live-Sportereignis Tickets und Drehkreuze verwenden. Veranstaltungsorte müssen jedoch den Check-in / Einlassprozess digitalisieren, um ihn für die Teilnehmer reibungslos zu gestalten und das Veranstaltungspersonal zu entlasten. Zum Beispiel könnten Sie interaktive Check-in-Kiosks und mobile Event-Apps oder Ersatz von physischen Papiertickets durch eTickets, QR-Codes oder tragbare Technologielösungen implementieren.

## Online-Bestellungen

Bei manchen Veranstaltungen können Teilnehmer vor Ort Einkäufe tätigen, z.B. bei Sportveranstaltungen, Live-Aufführungen oder Markttagen. Um das Erlebnis der Teilnehmer zu verbessern und unnötige Warteschlangen zu vermeiden, können Veranstaltungsorte es den Teilnehmern ermöglichen, Essen, Getränke und Merchandising im Voraus zu kaufen und bestimmte Liefer- oder Abholstationen oder Zeiten auszuwählen. Darüber hinaus helfen Online-Bestellungen Veranstaltungsorten, ihre Zusatzumsätze zu steigern, durch die Förderung von Upsell-Gelegenheiten. Dies verbessert nicht nur den Cashflow, sondern es stellt dem Personal wichtige Informationen zur Verfügung, die es benötigt, um Bestellungen für bevorstehende Veranstaltungen aufzugeben.



# Phase 5: Berichterstattung

Die vorletzte Phase des Veranstaltungsmanagementprozesses ist die Erstellung detaillierter Berichte, um den Erfolg der Veranstaltung sowohl aus geschäftlicher Performance- als auch Kundenfeedback-Perspektive zu analysieren. Hier sind einige Beispiele, wie Veranstaltungsorte Technologie nutzen können, um den Berichtsprozess zu automatisieren:

## Geplante Berichte

Erstelle benutzerdefinierte Reportvorlagen, die automatisch an deine relevanten Teammitglieder in regelmäßigen Abständen verteilt werden (z.B. unmittelbar nach einer Veranstaltung oder täglich/wöchentlich/monatlich/quartalsweise/jährlich usw.). Geplante Berichte stellen sicher, dass alle Mitarbeiter auf dem gleichen Stand sind und Zugang zu genauen Einsichten haben, um die Performance zu überwachen, Risiken zu identifizieren und für die Zukunft zu planen. Zum Beispiel könnten Ihre geplanten Berichte Folgendes enthalten:

- Verkaufsberichte, einschließlich der Anzahl an Leads, Conversion Rates, Prognosen, Veranstaltungserlöse nach Veranstaltungstyp, Veranstaltungserlöse nach Marktsegment, usw.
- Gewinn- und Verlustrechnung für jede Veranstaltung
- Übersicht über ausstehende Rechnungen und Zahlungen
- Verwendungs- oder Bestandsbericht für Inventarartikel
- Auslastungs-/Besetzungsberichte

## Anzeige von Schlüsselkennzahlen (KPIs) auf Mitarbeiter-Dashboards

Stellen Sie sicher, dass Mitarbeiter ihre KPIs überwachen, indem Sie personalisierte Dashboards innerhalb Ihrer Venue Management Software erstellen. Eine kontinuierliche Überwachung erleichtert es den Mitarbeitern, mögliche Schwierigkeiten zu identifizieren und zu beheben und animiert sie, Geschäftsziele zu erreichen.

## Interaktive und online Feedback-Umfragen

Sie müssen Feedback von dem primären Veranstaltungsorganisator und den Veranstaltungsteilnehmern sammeln, um Ihre Kundenzufriedenheit mit Hilfe eines Net Promoter Score (NPS) zu verstehen. Hierfür können Sie während der Veranstaltung interaktive Umfragen bereitstellen und über mobile Apps oder per E-Mail an Teilnehmer senden.





## Verfolgung entgangener Verkaufsmöglichkeiten

Verwenden Sie eine Venuemanagement Software, um Gelegenheiten zu erfassen und zu berichten, welche davon nicht zu einer bestätigten Buchung geführt haben, um Ihr Geschäft zu verbessern. Zum Beispiel:

---

### Preis

Wenn ein Kunde sagt, dass Sie zu teuer sind, müssen Sie Ihre Preisstruktur möglicherweise überprüfen. Oder kommunizieren Sie nicht deutlich genug, dass Sie eine Premium-Marke sind, die mehr Vorteile als ein alternativer Veranstaltungsort bieten kann?

---

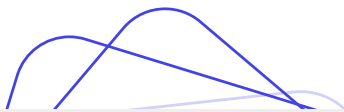
### Gewünschtes Datum

Haben Sie mehrere Anfragen zu einem bestimmten Datum erhalten? Wenn ja, sollten Sie in Betracht ziehen, eine Mindestausgabe für dieses Datum zu verlangen, um Ihre Rendite in Zukunft zu erhöhen.

---

### Mangel an Funktionalität/zu klein

Sind Menschen vermehrt unsicher, welche Art von Services Sie anbieten? Wenn ja, wie können Sie potenzielle Kunden dabei unterstützen, Ihr Produkt-/Serviceangebot besser zu verstehen?



## EVENTPRO-TIPP

### Erstelle ein vollständig integriertes Tech-Ökosystem, um die Datenintegrität und Berichtgenauigkeit zu verbessern

Wie viele Systeme nutzen Sie in Ihrer Organisation? Verwenden Sie beispielsweise ein separates Customer Relationship Management (CRM), ein Buchhaltungspaket, ein Zeit- und Besetzungssystem, ein Content-Marketing-System, ein Point of Sale (POS)-System, ein Online-Zahlungsportal, ein Risikomanagement und Kundenumfragetool? Wenn ja, führt das Nichtintegrieren aller Anwendungen in Ihrem Tech-Ökosystem zu potenziellen Risiken aufgrund inkonsistenter und unterschiedlicher Daten.

### Was sind die Vorteile der Integration Ihres Tech-Ökosystems?

---

Vermeidung doppelter Dateisätze und Verbesserung der Datenintegrität.

---

360-Grad-Einblicke in die wichtigsten Geschäftskennzahlen und präzise Berichterstattung über alle Anwendungen.

---

Verbesserung des Cashflows durch Vereinfachung der Buchhaltungsrechenvorgänge.

# Phase 6: Pflege

Die letzte Stufe des Veranstaltungsmanagementprozesses ist die Pflege des Wiederholungsgeschäfts. Es gibt viele Vorteile von Wiederholungsgeschäften, darunter geringere Akquisitionskosten, ein schnellerer Verkaufsprozess, zusätzliche Möglichkeiten zum upgraden von Produkten und Dienstleistungen und vor allem weniger Einbindung des Venue-Teams zur Erfassung und Konvertierung der Buchung. Hier sind drei Beispiele dafür, wie Veranstaltungsorte bestehende Kunden dazu ermutigen können, erneut zu buchen:

## Belohnungen für Stammkunden

Verwenden Sie Ihre Venue Management Software, um Stammkunden zu identifizieren und sie für ihre wiederholten Buchungen mit kostenlosen Upgrades und anderen VIP-Privilegien zu belohnen, um sie dazu zu ermutigen, weiterhin zu buchen. Abhängig vom Typ des Veranstaltungsortes könnten Sie beispielsweise anbieten:

- Bevorzugte Buchungen für wichtige Termine
- Getränke / Catering- oder Getränkepaket-Upgrades
- Tickets für andere Räume / Erlebnisse innerhalb der Veranstaltungsorte wie Touren, Bars oder interaktive Attraktionen wie Museen usw.

## Halten Sie Ihre Kunden auf dem neuesten Stand

Neben der Förderung von Wiederholungsgeschäften müssen Sie Ihre Kunden auch durch das Versenden von Informationen über das ganze Jahr hinweg über das Geschehen im Veranstaltungsort interessiert halten, z. B. Änderungen im saisonalen Menü, Aktionen, Feiertage, Specials. Promoten Sie Ihre Venue zusätzlich über Ihre Social Media Kanäle und nutzen Sie Ihre Venue Management Software, um Ihre Kunden regelmäßig per E-Mail zu kontaktieren, um Ihren Veranstaltungsort in Gedanken zu behalten, wenn sie nach einem Ort suchen, um eine bevorstehende Veranstaltung auszurichten.

## EVENTPRO-TIPP

### Verbessern Sie Ihr Geschäft durch Weiterempfehlungsprogramme

Erweitern Sie Ihren Kundenstamm durch die Anreizung von Mundpropaganda. Verwenden Sie dafür Ihre Venue Management Software, um Empfehlungen von bestehenden Kunden zu verfolgen und ihnen eine Belohnung für jeden vermittelten Kunden anzubieten. Empfehlungsgeschäfte haben niedrigere Akquisitionskosten und einen schnelleren Verkaufsprozess.





# Bereit zum Loslegen

Es gibt innovative Technologien, die heute verfügbar sind, um allen Arten von Veranstaltungsorten dabei zu helfen, ihre aktuellen und zukünftigen Herausforderungen im Veranstaltungsmanagement zu meistern. Es ist nützlich, Ihre Veranstaltungstätigkeit als Ökosystem zu betrachten - wenn all Ihre Komponenten (online und offline) zusammenarbeiten, können Sie außergewöhnliche Momente schaffen.

Dies wird durch eine End-to-End Eventmanagementplattform möglich gemacht, die Innovation und Effizienz im gesamten Veranstaltungsort antreibt. Erst dann können Sie Klarheit in die Komplexität Ihres gesamten Veranstaltungsökosystems bringen.

---

## Viel Erfolg!

Kontaktieren Sie uns, um herauszufinden, wie Momentus Technologies Ihnen dabei helfen kann, Ihre Arbeitsabläufe zu optimieren, die Effizienz zu steigern und Ihren Veranstaltungsort fit für die Zukunft zu machen.

---

# Über Momentus Technologies

Momentus Technologies ist der führende Anbieter von Venue- und Eventmanagement Software und unterstützt weltweit über 50.000 Nutzer in mehr als 50 Ländern dabei, unvergessliche Event-Erlebnisse zu schaffen. Zum Kundenstamm von Momentus gehören Kongress- und Messezentren, Messegesellschaften, Universitäten, Unternehmen, Stadien und Arenen sowie Museen, Theater und Kultureinrichtungen. Leistungsstarke, benutzerfreundliche Plattformen, intelligente, datengesteuerte Lösungen, das Fachwissen und die Branchenkenntnisse des Teams – all das macht Momentus Technologies aus. Die Softwarelösungen von Momentus bieten Event-Profis nicht nur einen vollständigen Überblick über vergangene, aktuelle und zukünftige Veranstaltungen, sie sorgen auch für optimale Transparenz, effizientere Abläufe und tragen zum Unternehmenserfolg bei. Momentus wurde 1985 gegründet und hat seinen Hauptsitz in den USA. Um seine Kunden optimal zu betreuen, ist das Unternehmen an verschiedenen Standorten weltweit vertreten.

Weitere Informationen finden Sie unter [gomomentus.com](http://gomomentus.com).

[Kontaktieren Sie uns](#)