



PR3: Toolkit zur Organisation digitaler Internationalisierungsveranstaltungen

Modul 4: Digitales Marketing für digitale Events

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

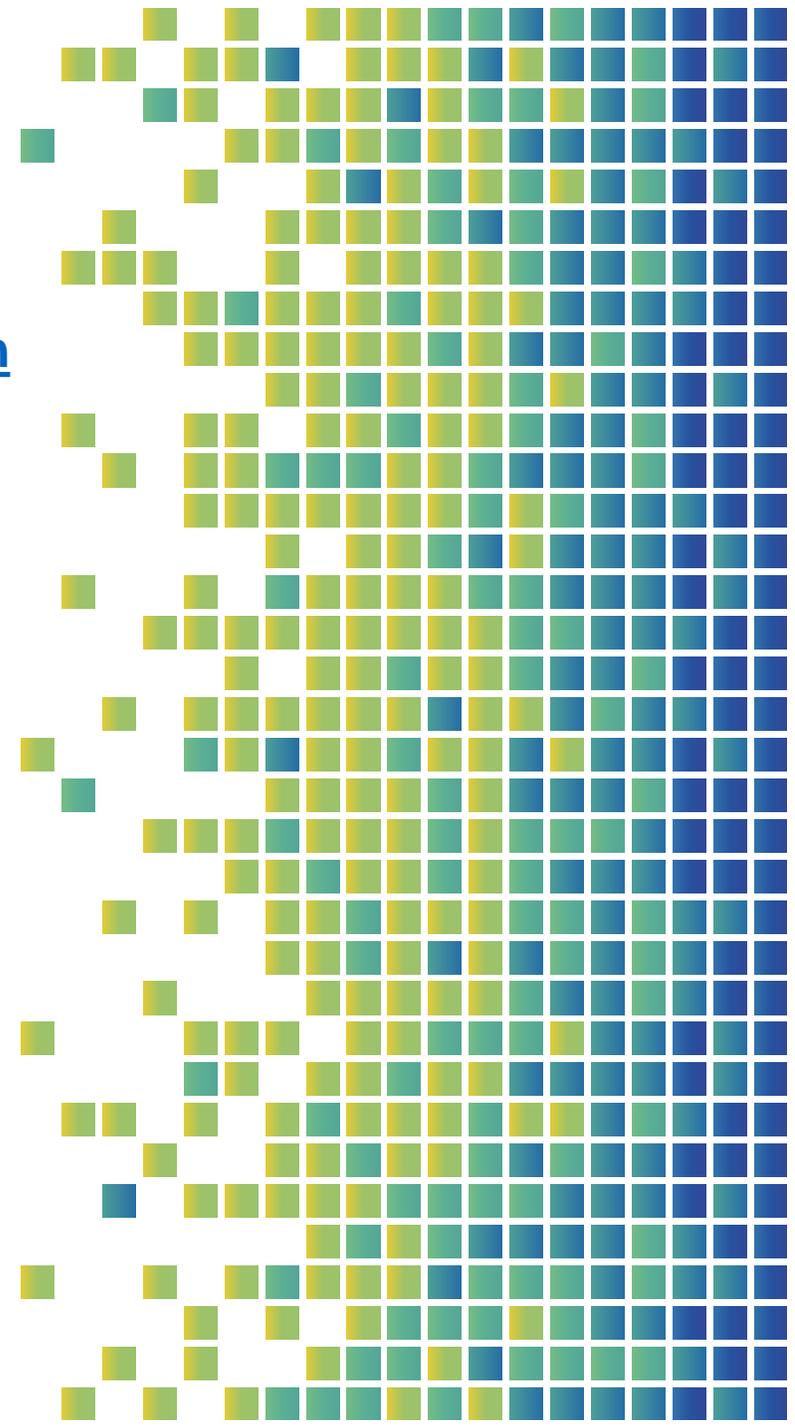
Worum geht es?



- Wenn Sie Ihre Firmenveranstaltung im Internet bewerben, machen Sie gleichzeitig Werbung für Ihr gesamtes Unternehmen
- Werbung kann kurzfristig die Besucherzahl Ihrer Veranstaltung und langfristig den Ruf Ihres Unternehmens steigern

Modul 4: Inhalte

- Erstellen Sie Inhalte, um Ihre Veranstaltung online zu bewerben
- Fügen Sie Ihre Veranstaltung zu Ihrer E-Mail-Signatur hinzu
- Verwenden Sie Mailinglisten
- Erstellen Sie eine einzigartige Eventseite
- Bewerben Sie die Veranstaltung auf Facebook, LinkedIn, Instagram und SnapChat
- Bewerben Sie die Veranstaltung mit Social-Media-Anzeigen



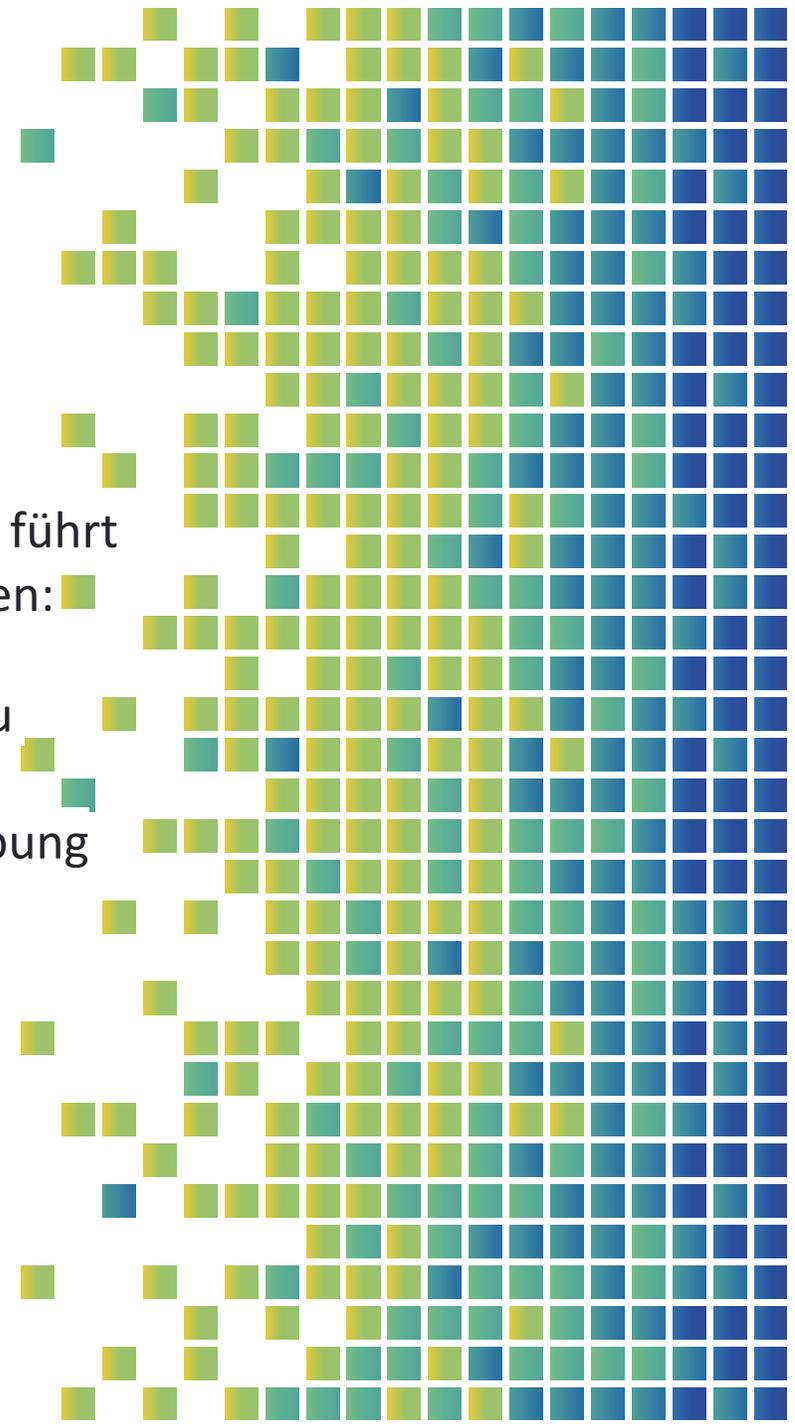
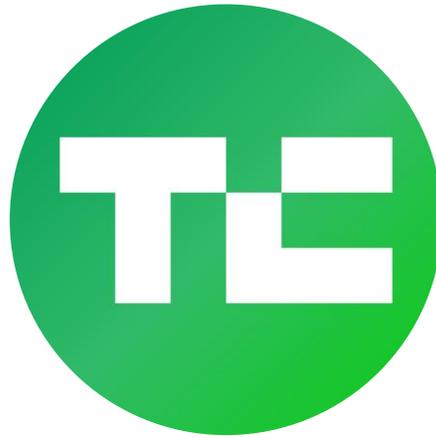
**ERSTELLEN SIE INHALTE,
UM IHRE VERANSTALTUNG
ONLINE ZU BEWERBEN**

Ihre Content-Marketing-Bemühungen sollten sich mit der Veranstaltung, die Sie bewerben, überschneiden



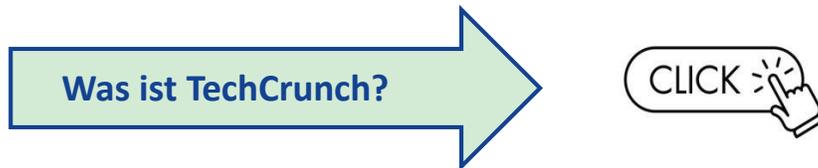
Verpassen Sie keine Gelegenheit, eine Veranstaltung auf einer von Ihnen kontrollierten Plattform zu bewerben, insbesondere wenn Sie eine Zielgruppe ansprechen

TECHCRUNCH



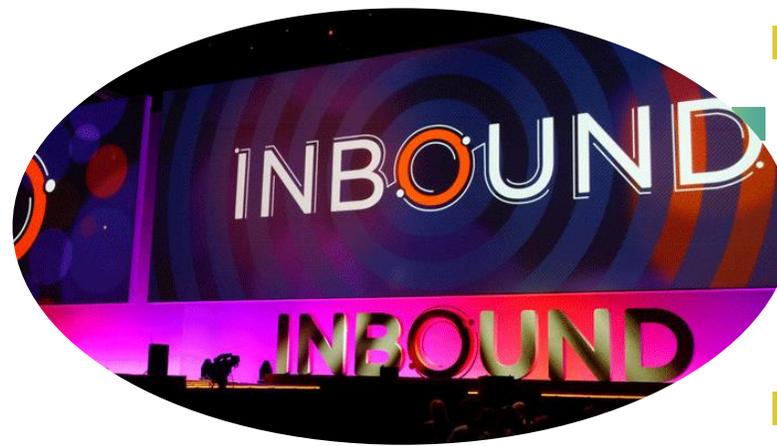
Auf ihrer Website gibt es einen fantastischen CTA, der Sie zu ihrer Veranstaltung führt
Aber darüber hinaus ist es wichtig, die Praktikabilität dieses Ansatzes zu erkennen:

- Es wurden Inhalte erstellt, die für Veranstaltungen werben, um sie nicht zu verpassen oder zu vergessen
- Inhalte bieten einen greifbaren Wert, wirken aber nie wie reine Eigenwerbung
- Wenn Sie möchten, können Sie Blogbeiträge erstellen, in denen für die Veranstaltung relevante Informationen besprochen werden



INBOUND

- Sie können noch einen Schritt weitergehen und beispielsweise einzigartige Videos für die Veranstaltung erstellen
- Entscheidend ist, dass Ihre Inhalte Menschen auf Ihre Veranstaltung aufmerksam machen
- Wenn Sie das Interesse der Menschen aufrechterhalten und sicherstellen möchten, dass sie tatsächlich angezeigt werden, müssen Sie überzeugende Werbeinhalte erstellen



Was ist mit Inbound?



**FÜGEN SIE IHRE
VERANSTALTUNG ZU IHRER
E-MAIL-SIGNATUR HINZU**



Co-funded by
the European Union



David Epstein

Bizzabo | Content Marketing Manager

555-555-5555

Jan 9 - 11, 2017

New York, NY

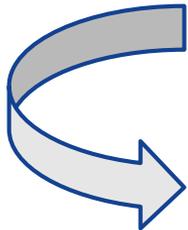
Learn growth marketing tactics



Get an #eventprof signature like this

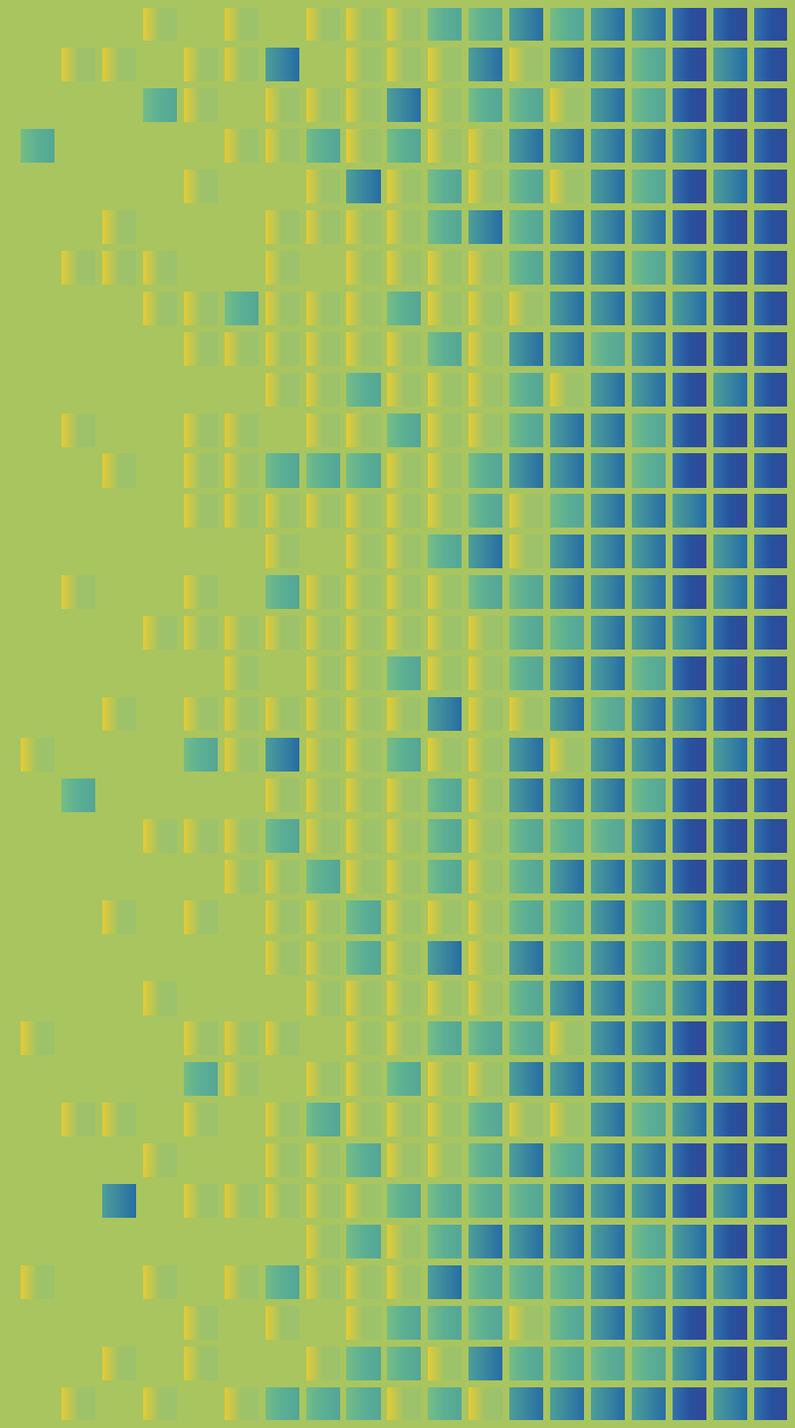
Learn More!

- Eine E-Mail-Signatur kann das Interesse Ihrer Zielgruppe wecken und sie dazu bewegen, auf Ihre Website zu klicken
- Hier gilt die Regel, eine zu lange oder mühsame E-Mail-Signatur zu vermeiden
- Eine E-Mail-Signatur kann eine einfache, aber professionelle Möglichkeit sein, jedes Mal, wenn Sie eine E-Mail senden, für eine Veranstaltung zu werben



Etwas so Einfaches wie diese [Bizzabo-Signatur](#) kann ermutigen **um mehr zu lernen** über Ihre Veranstaltung

VERWENDEN SIE MAILINGLISTEN





WARUM SIND E-MAIL-LISTEN SO WICHTIG FÜR IHRE MARKETINGSTRATEGIE?

- Eine eigene Liste gezielter Leads zu haben, kann ein ziemlich wirkungsvolles Marketinginstrument sein
- Die Bewerbung Ihrer Veranstaltung über diese E-Mail-Liste ist die perfekte Gelegenheit, Ihren Followern einen noch sinnvolleren Mehrwert zu bieten
 - Zwei bis drei Monate vor Ihrer Veranstaltung können Sie Ihre offizielle Einladung an Ihre E-Mail-Liste versenden
(Hinweis: Wenn Sie für eine digitale Veranstaltung werben, versenden Sie Einladungen ein oder zwei Monate im Voraus.)

TIPPS!

EINE WIRKSAME EINLADUNG BESTEHT AUS 3 WICHTIGSTEN KOMPONENTEN:



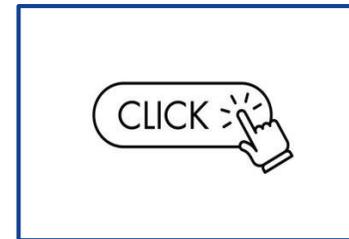
- Es deckt die wichtigsten Veranstaltungsdetails ab (wichtige Redner, Ort usw.).
- Es zeigt, wodurch **Teilnehmer von der Teilnahme an Ihrer Veranstaltung profitieren werden**
- Es ist kurz, persönlich und auf den Punkt gebracht
- Von dort aus sollten Sie die Leute regelmäßig an die Veranstaltung erinnern, aber übertreiben Sie es nicht. **Eine klare Erinnerung in Ihrem wöchentlichen Newsletter sollte die Arbeit erledigen**

Wenn Sie Menschen wertvolle Informationen liefern, indem Sie sie darüber informieren, dass eine relevante Veranstaltung ansteht, stärken Sie nur die Gültigkeit Ihrer E-Mail-Liste

ERSTELLEN SIE EINE EINZIGARTIGE EVENTSEITE

- Unabhängig davon, ob Sie eine persönliche oder digitale Veranstaltung veranstalten, ist eine einzigartige Veranstaltungsseite auf Ihrer Website von enormer Bedeutung. Es trägt dazu bei, dass die Leute Sie ernst nehmen, und wird zu einer Drehscheibe für Veranstaltungsinformationen

Schauen Sie sich einfach an, was TechCrunch mit seinem Disrupt-Event gemacht hat:



- Es ist nicht nötig, etwas unglaublich Ausgefallenes daraus zu machen. Wichtig ist, dass darin alle relevanten Informationen zu Ihrer Veranstaltung übersichtlich aufgeführt sind

DISRUPT DEBRIEF

What Is Disrupt?

TechCrunch Disrupt is the premier startup and technology conference that brings to life all the things that make techcrunch.com great – startups, news, and a no-bullshit attitude.

What Can I Do At Disrupt?

Techcrunch Disrupt has something for everyone who is interested in startups and tech.

Get breaking news first-hand from our Disrupt main stage with high-profile speakers and thought leaders.

Questions are answered at [Off The Record Sessions](#), TechCrunch's engaging networking events where you can interact with investors and founders who are making waves in specific categories and main stage speakers.

Sie sollten auch eine Liste aller wichtigen Gäste und Redner haben, die während Ihrer Veranstaltung Vorträge halten werden
Zum Beispiel:

SPEAKERS & JUDGES



Heather Adkins



Sam Altman



Anjula Acharia Bath



Vitalik Buterin

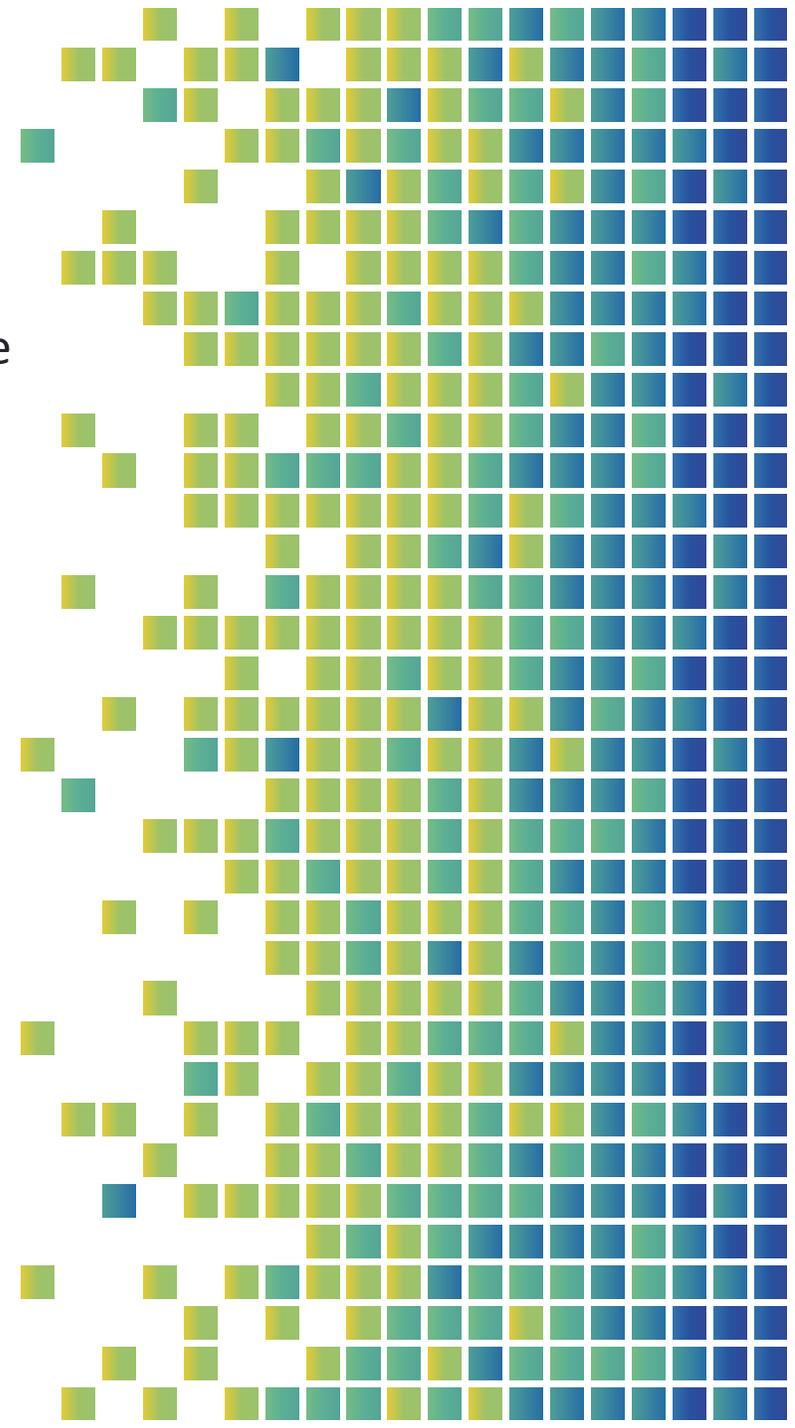


- Ein aufregender Aspekt beim Erstellen einer einzigartigen Seite für eine Veranstaltung ist, dass Sie für Ihre Website [verfolgbare URLs](#) erstellen können.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Ganz Einfach!!!

Dank nachverfolgbarer URLs können Sie Daten darüber sammeln, welche Methoden der Event-Werbung am besten funktionieren, und Sie können feststellen, welche Methode den besten **ROI** (Return on Investment) haben.



BEWERBEN SIE DIE VERANSTALTUNG AUF FACEBOOK



facebook

- Facebook ist eine Social-Networking-Website, die im Februar 2004 von den Harvard-Studenten Chris Hughes, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin und Mark Zuckerberg gegründet wurde



- Sie können nicht über Online-Event-Werbung sprechen, ohne die Bedeutung Ihrer Social-Media-Konten anzusprechen

Mit fast **drei Milliarden monatlich aktiven Nutzern** hat Facebook die größte verfügbare Gesamtreichweite

WIE BEWERBEN SIE EINE VERANSTALTUNG MIT FACEBOOK?

Werfen Sie einen Blick auf die Veranstaltungsseite von [INBOUND 2017](#) von vor Jahren



SEP 25 **INBOUND 2017**
Public · Hosted by The INBOUND Studio

★ Interested ✓ Going Share ...

September 25 – September 28
Sep 25 at 4 PM to Sep 28 at 7 PM

Boston Convention & Exhibition Center
415 Summer St, Boston, Massachusetts 02210 Show Map

Ticket Information
www.inbound.com Find Tickets

About Discussion

345 Going · 193 Interested Share ...

Share this event with your friends

Details

INBOUND's purpose is to provide the inspiration, education, and connections you need to grow and transform your business. This September, we will host thousands of marketing and sales professionals from almost every industry imaginable and from all corners of the globe at the Boston Convention & Exhibition Center. In 2016, we had 19,000+ attendees from all around the world and we're excited to be bigger than ever



BEWERBEN SIE DIE VERANSTALTUNG AUF LINKEDIN

Linked

LinkedIn ist ein Netzwerk für berufliche Kontakte und B2B und bietet viele Möglichkeiten, eine Veranstaltung zu bewerben.

Dafür gibt es mehrere Möglichkeiten, die erste besteht darin, ein aussagekräftiges LinkedIn-Profil zu erstellen:

- Zum einen können Sie Aktualisierungen an die Follower der Seite senden und die Gruppenfunktion nutzen, die ein unschätzbare Werkzeug in Ihrer Werbekampagne sein kann.
- In Gruppen geht es immer um etwas Bestimmtes: Hier treffen sich Menschen mit bestimmten Interessen → Sie müssen mit anderen Benutzern über ein gemeinsames Interesse oder Ziel in Kontakt treten: Dieses gemeinsame Interesse könnte Ihre großartige Veranstaltung sein



TIPPS:

- Beginnen Sie mit dem Hinzufügen zu Ihren Gruppen über Ihr aktuelles Netzwerk auf LinkedIn, um ein möglichst breites Netz aufzubauen.
- Es ist wichtig, sich an andere Redner, Sponsoren und Medienpartner zu wenden: an jeden, der einen positiven Einfluss auf Ihre Werbemaßnahmen für die Veranstaltung haben könnte;
- Ihre Gruppen sollten nicht willkürlich sein;
- Stellen Sie sicher, dass Sie den Benutzern genau erklären, was Ihre Veranstaltung ist und warum sie teilnehmen sollten.
- Stellen Sie sicher, dass Sie Dinge wie die Erstellung von Inhalten nicht ignorieren



INHALTSERSTELLUNG AUF LINKEDIN:

Anstatt sich darauf zu konzentrieren, Inhalte ausschließlich für die Veranstaltung zu erstellen, sollten Sie darauf abzielen, relevante und wertvolle Inhalte für Ihr Publikum zu erstellen:

- Erstellen Sie Artikel zu Branchenthemen: Steigern Sie als Online-Experte ganz einfach die Bekanntheit Ihrer Veranstaltung und Ihrer gesamten Marke.
- Teilen Sie diesen Inhalt in Ihrer Gruppe

Sie können wählen zwischen:

- **Offene Gruppe:** um allgemeine Informationen zu veröffentlichen, die den Leuten bekannt gemacht werden sollen;
- **Private Gruppe:** um vertrauliche Informationen oder etwas zu veröffentlichen, auf das nur VIP-Mitglieder Zugriff haben sollen

Group rules (optional)

Include any special rules for your group here. Is membership exclusive? Are there rules for what kind of content to post and share?

Group Membership

Standard Group

Members can invite other members. Group visible in search results.

Unlisted Group

Only Owner, Managers, and Moderators may invite members. Group hidden from search results.

Cancel

Save Changes

**BEWERBEN SIE DIE
VERANSTALTUNG AUF INSTAGRAM**



Instagram sieht vielleicht wie der Ort aus, an dem man ein lustiges Selfie oder ein kurzes Video postet, aber in Wirklichkeit hat Instagram ein beeindruckendes Potenzial für die Event-Promotion

Sie organisieren in sechs Monaten eine Veranstaltung:

- Sie können drei/vier verschiedene Veranstaltungsorte identifizieren, Fotos von jedem veröffentlichen und Ihre Follower dazu ermutigen, den Veranstaltungsort zu mögen, den sie bevorzugen;
- Sie können ein kurzes Video des Veranstaltungsortes veröffentlichen, zusammen mit einer kurzen Beschreibung dessen, warum es eine Überlegung wert ist

BEISPIEL



Der Schlüssel liegt hier darin, eine visuelle Komponente in die Event-Werbung zu integrieren und den Benutzern gleichzeitig die Möglichkeit zu geben, auf wirklich sinnvolle Weise mit Ihnen in Kontakt zu treten

Benutzergenerierte Inhalte (UGC)

Jede Art von Kampagne hat das Potenzial, einen Hype für Ihre Veranstaltung zu erzeugen, aber UGC bringt etwas Besonderes mit sich.

Die Wirksamkeit einer UGC-Kampagne hängt von zwei Dingen ab:

1. Ob die Kampagne rechtmäßig ansprechend ist oder nicht;
2. Ob Benutzer tatsächlich mit ihren sozialen Netzwerken teilen oder nicht



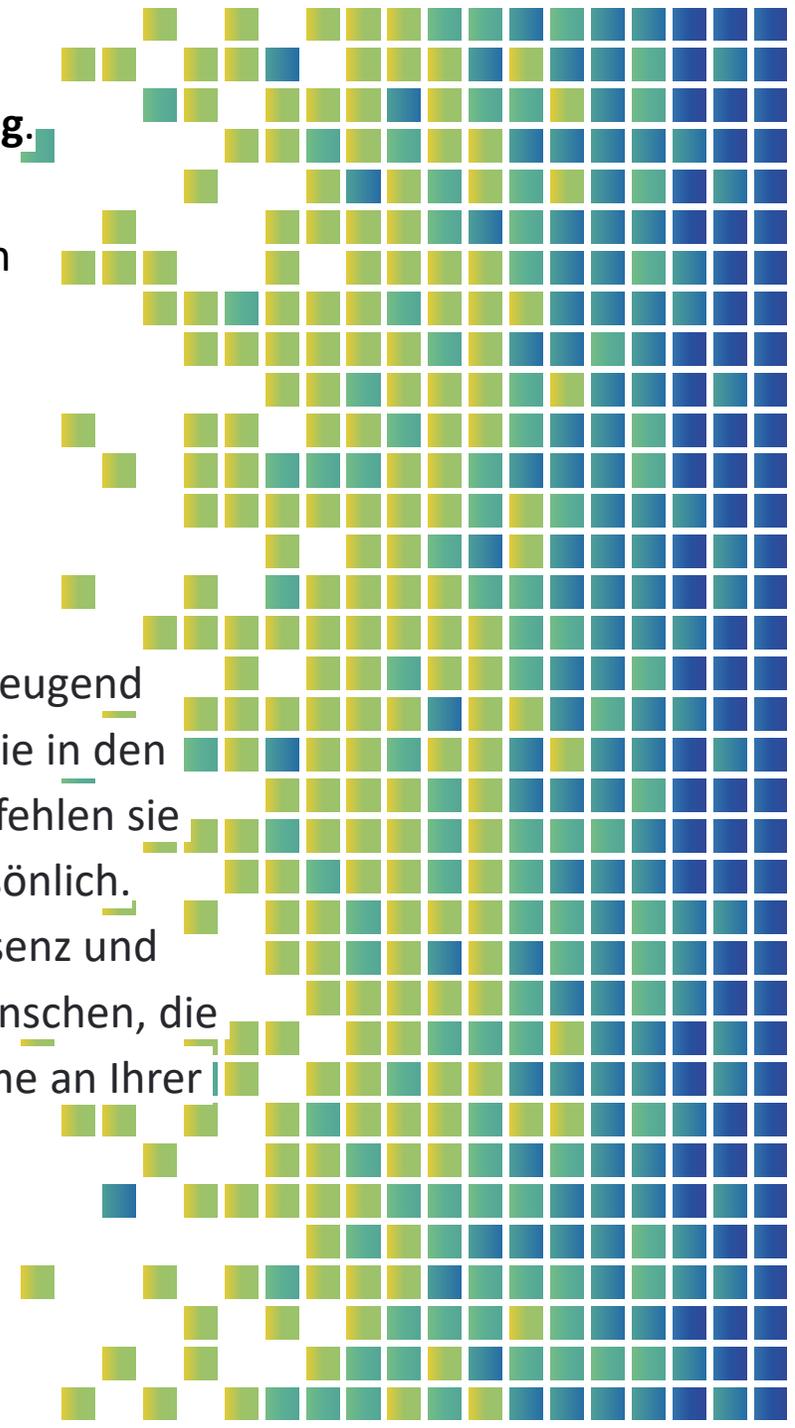
Selbst die einfachsten Bilder tragen dazu bei, Ihre Veranstaltung auf einzigartige Weise zu bewerben, wie dieses Bild, das letztes Jahr beim Disrupt SF mit einem Instagram-Nutzer aufgenommen wurde [iammikechiang](#).

- Ein wichtiger Aspekt von UGC ist das Potenzial für **Mundpropaganda-Marketing**.
- Der Durchschnittsverbraucher vertraut eher der Empfehlung eines anderen Verbrauchers als den Inhalten Ihres Unternehmens, da ein Mitverbraucher kein begründetes Interesse an einem Verkauf hat



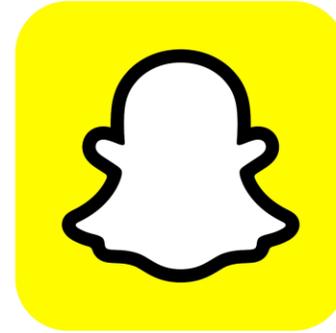
Einer der Top-Beiträge von Disrupt SF im letzten Jahr war der Instagram-Nutzer [Ronreaser](#) schwärmt von einem Geschenk, das er von JBL Audio erhalten hat.

- Wenn die Kampagne überzeugend genug ist, teilen Benutzer sie in den sozialen Medien oder empfehlen sie online ihren Freunden persönlich.
- Das erhöht die Gesamtpräsenz und öffnet die Tür für mehr Menschen, die ernsthaft über die Teilnahme an Ihrer Veranstaltung nachdenken



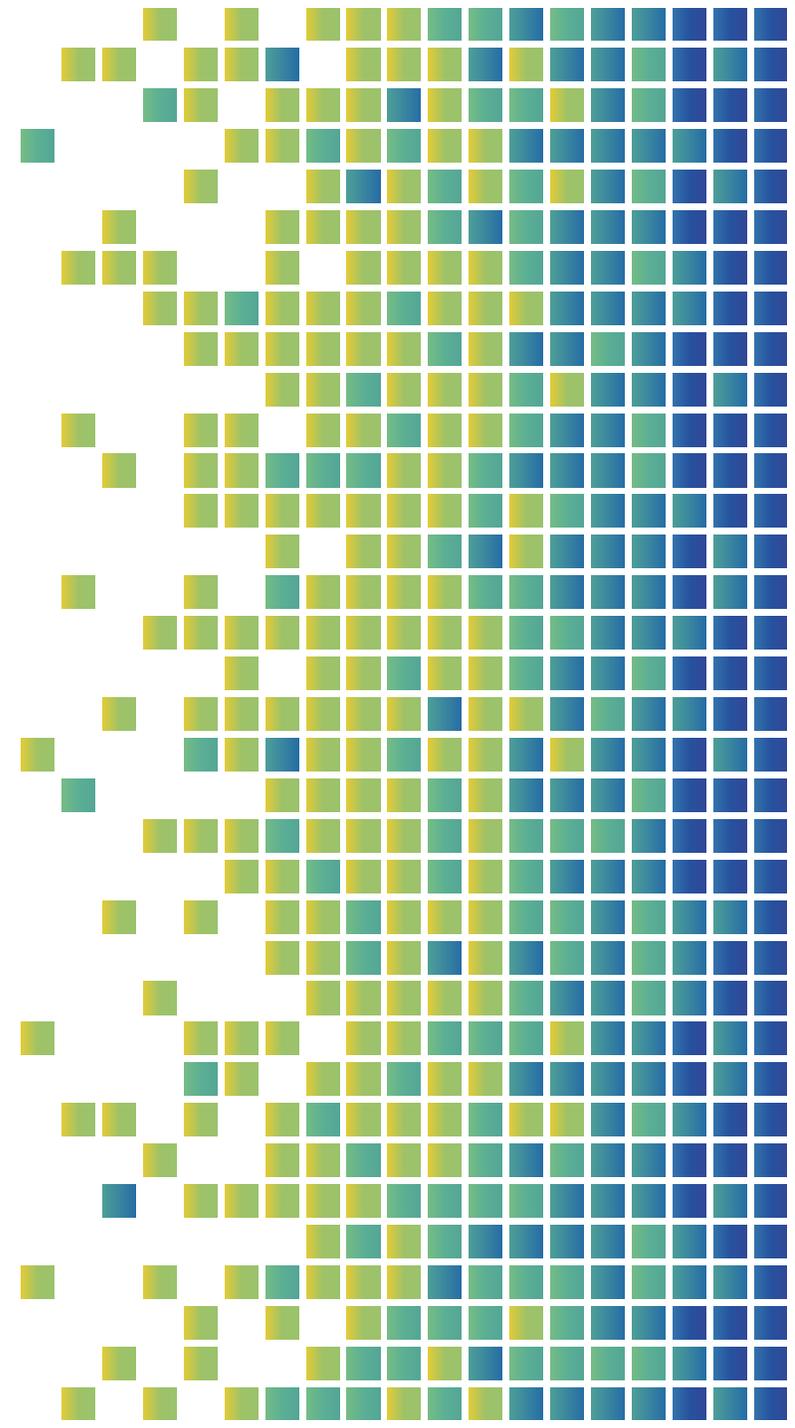
**TEILEN SIE DIE VERANSTALTUNG
AUF SNAPCHAT**

SNAPCHAT



Snapchat ist eine einzigartige Social-Media-Plattform in dem Sinne, dass der Einstieg einfach, die eigentliche Beherrschung jedoch schwierig ist

- Einer der beeindruckendsten Aspekte dieser Plattform ist ihre Fähigkeit, eine Zielgruppe zu erreichen, die normalerweise schwer zu isolieren ist.
- Snapchat bietet Ihnen die Möglichkeit, Benutzern einen Blick hinter die Kulissen des Prozesses der Zusammenstellung einer Veranstaltung zu gewähren

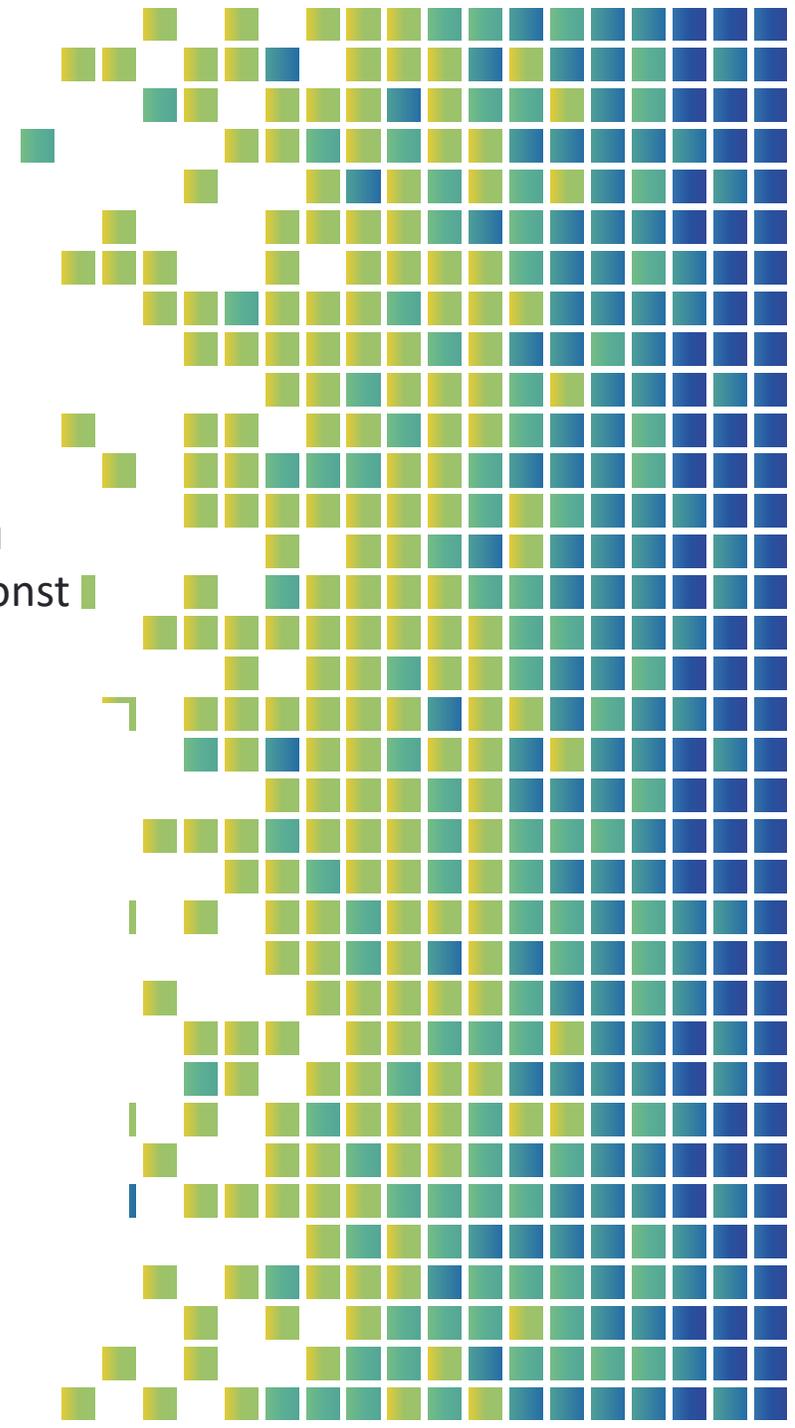
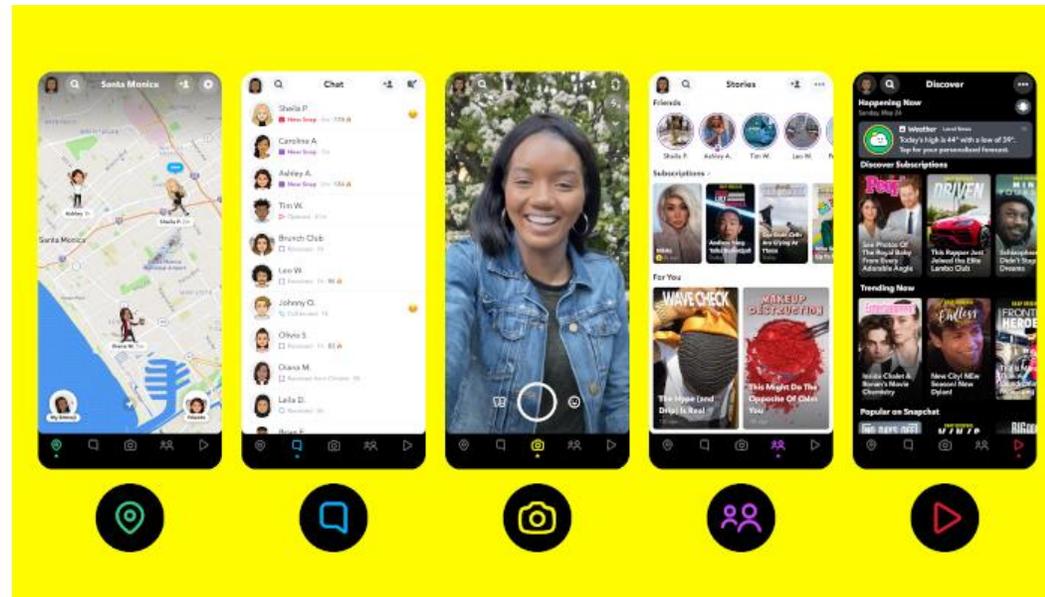


EINIGE IDEEN

- Veröffentlichen Sie ein paar Schnappschüsse über die Planungsphasen Ihrer Veranstaltung.
- Veröffentlichen Sie eine Liste der dort geplanten Redner.



Der Schlüssel hier liegt darin, die Bekanntheit Ihrer Veranstaltung zu steigern und Ihren Followern gleichzeitig Inhalte zu bieten, die sie sonst nirgendwo finden würden.



NUTZEN SIE DIE LEISTUNG VON ONLINE-WETTBEWERBEN



- Social-Media-Wettbewerbe sind vielleicht nichts Neues, aber ihr Potenzial, die Bekanntheit Ihrer Veranstaltung zu steigern, ist unbestreitbar.
- Der Wettbewerb bietet dem Gewinner Tickets an. Das einzige Kriterium besteht darin, dass er die Veranstaltung auf seiner eigenen Social-Media-Seite teilt, um sich zu qualifizieren.
- Für Ihr Publikum ist es einfach, sich zu engagieren, und allein die Präsenz ist die Freikarte wert.

- Sie können UGC mit Giveaways kombinieren und gleichzeitig Inhalte und Werbung erhalten.
- Der Wettbewerb ist eine weitere Möglichkeit, Mehrwert zu bieten und die Veranstaltungswerbung zu fördern

BEISPIEL

Social-Media-Prüfer verfolgten bei ihrer Veranstaltung „Social Media Marketing World 2017“ einen ähnlichen Ansatz

Want to win a free ticket to the industry's **largest social media marketing conference of the year**?

Social Media Examiner has been working hard to bring you our fifth annual physical conference.

And we've come up with a fun way for you to get involved.

First, what is this event?

Social Media Marketing World 2017 is the world's largest physical social media conference dedicated to helping marketers and business owners master social media marketing.

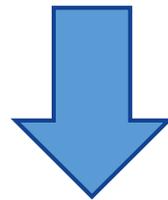


Watch this video for a quick overview.

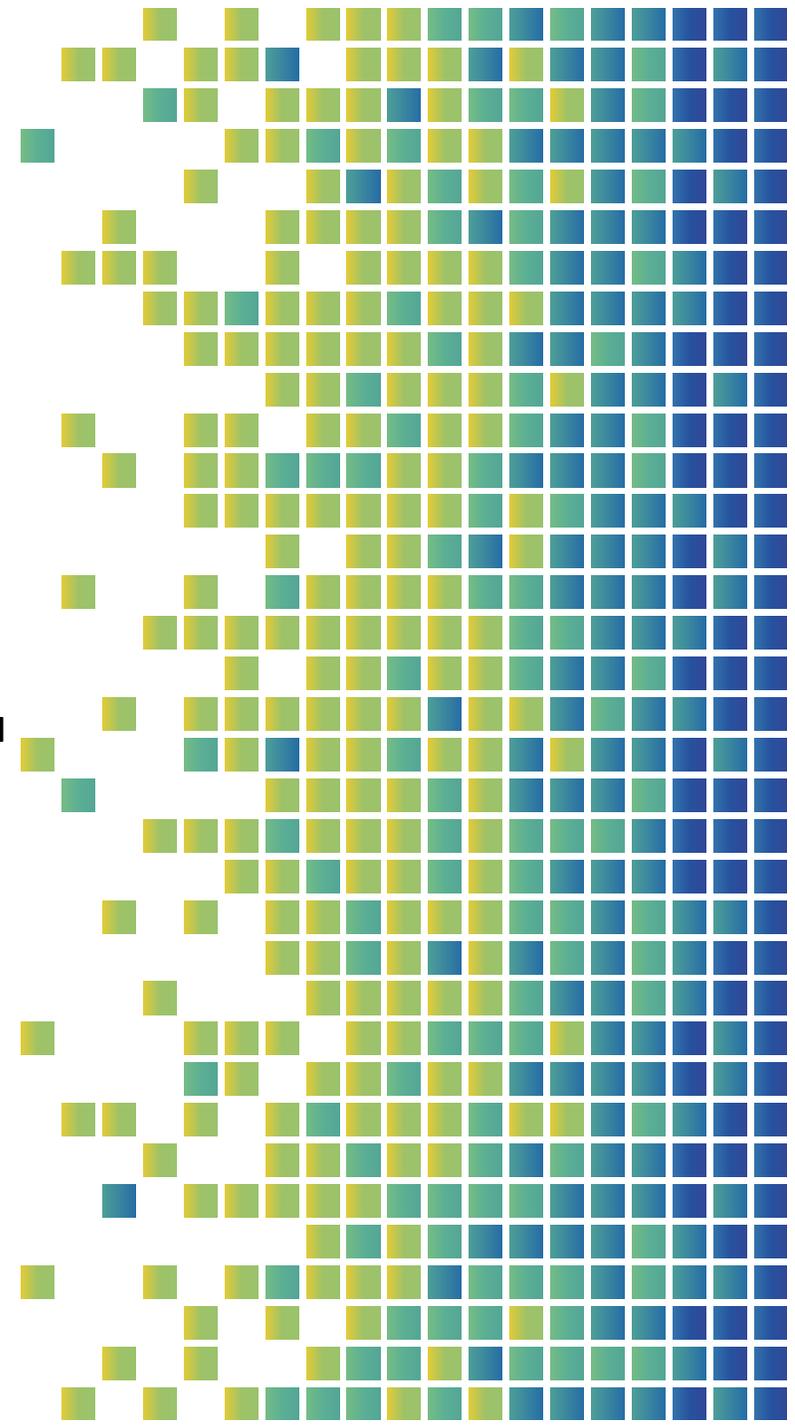
BEWERBEN SIE DIE VERANSTALTUNG MIT SOCIAL-MEDIA-WERBUNG



Social-Media-Anzeigen sind eine der effektivsten Möglichkeiten, den Bekanntheitsgrad zu steigern und das Engagement in den sozialen Medien zu steigern.



Die Realität der Event-Werbung ist, dass Ihr Kernpublikum zwar bereit ist, alles über Ihre nächste Veranstaltung zu erfahren, es aber viele Leute gibt, die dies nicht tun



Ist organischer Traffic auf Social Media heute noch plausibel?

Ja und nein, aber hier sind die guten Nachrichten:
Wenn Sie bezahlte Anzeigen verwenden, müssen Sie sich
darüber keine Sorgen machen

Möglicherweise zahlen Sie
für die Präsenz, aber die
Vorteile, die Sie erhalten,
sind den Eintrittspreis wert



Facebook, Instagram und Snapchat verfügen über einige der am einfachsten zu verwendenden Werbesysteme, sodass Social-Media-Anzeigen bei der Werbung für Veranstaltungen ein Kinderspiel sind.

Hier eine kleine Erklärung, wie Anzeigen in sozialen Medien funktionieren:



KLICKEN SIE UND ENTDECKEN
SIE JEDEN EINZELNEN

- Wenn Sie wirklich kreativ werden möchten, erstellen Sie Anzeigen, die Menschen zum Teilen von [UGC](#) anregen.
- Du kannst sogar [ein Giveaway einbinden](#), um das Angebot so unwiderstehlich wie möglich zu gestalten.

Entscheidend ist, dass Sie Social-Media-Anzeigen nutzen, um Ihr Bekanntheitspotenzial zu maximieren

JETZT SIND SIE DRAN!

Wählen Sie Ihre drei besten Marketingtechniken



Sie sind Marketingleiter eines KMU im Lebensmittelsektor und müssen einige Ihrer neuen Produkte bewerben: Welche Techniken sind für Sie die besten?

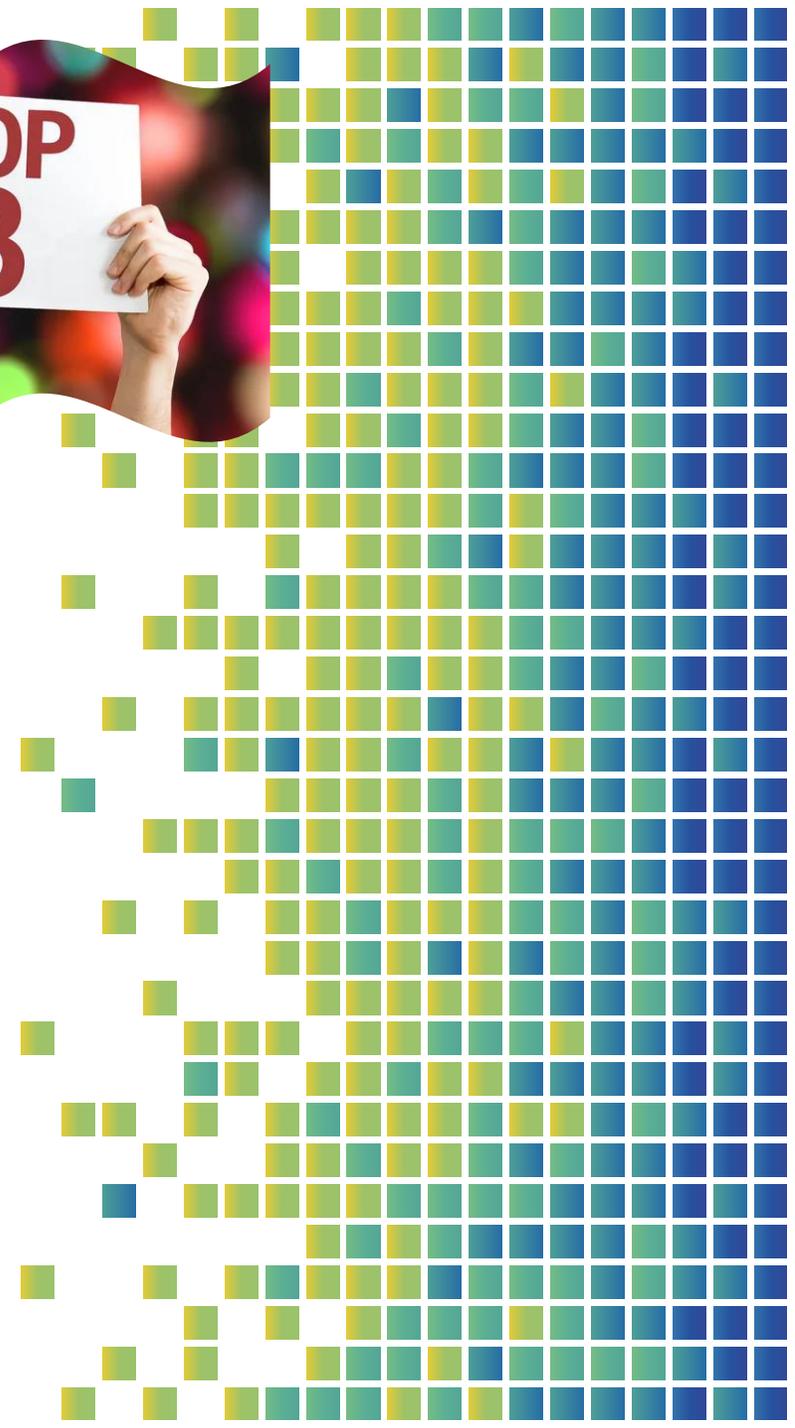
Erstelle deine Top 3!

TOP 3 TECHNIKEN









Allgemeiner Bewertungsfragebogen

Wenn Sie alle Module durchlaufen haben, füllen Sie bitte den folgenden allgemeinen Bewertungsfragebogen aus





Danke!



CAMERA DI COMMERCIO
ITALIANA PER LA GERMANIA
ITALIENISCHE HANDELSKAMMER
FÜR DEUTSCHLAND



Co-funded by
the European Union



This work is licensed under Attribution-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA PER LA GERMANIA
ITALIENISCHE HANDELSKAMMER FÜR DEUTSCHLAND



Co-funded by
the European Union