

**Themenumfeld:**

**Direkt-Marketing, Dialog-Marketing, Content Marketing, Erlebnis-Marketing, Emotionales Marketing, Kommunikationstrends, Unternehmenskommunikation, Marken-Kommunikation, Employer Branding, Life-Kommunikation, Kundenkommunikation, Mitarbeiterkommunikation, Mitarbeiterloyalität, Customer Experience, Kundenbegeisterung, Customer Relationship Marketing, Kundenbindung**

## Seminar / Workshop mit Coaching-Einheiten

*Firmen-Events, die etwas zu erzählen haben, emotionalisieren Mitarbeitende wie Kunden!*

### **Storytelling & Eventmarketing**

**Damit Ihre Gäste auf der nächsten Firmenveranstaltung Feuer und Flamme sind!**

*Ob Produktpräsentation, Hauptversammlung, Jubiläumsfeier, Vernissage, Preisverleihung, Vortragsabend oder After Work Party: Investieren Sie in ein narratives Veranstaltungskonzept!*

### Zielgruppe

**Fach- und Führungskräfte aus Marketing und Kommunikation, Event- und PR-Manager/-innen** in kleinen, mittleren und großen Betrieben, sowie **Unternehmer/innen, Selbständige und Freiberufler** aus allen Branchen, die sich mit ihren Firmenveranstaltungen auf die Entwicklungen der modernen Unterhaltungsgesellschaft und die gewandelten Zielgruppen einstellen wollen.

### Veranstaltungsdauer / Ablauf

- 1 Tag
- 09:00 Uhr - 17:00 Uhr
- inklusive 1 Mittagspause (ca. 45 Minuten)
- inklusive 2 Kaffeepausen am Vor- und Nachmittag (jeweils ca. 20 Minuten)

## Ziele / Nutzen

Ein perfekt vorbereitetes Firmen-Event setzt auf Emotionen, inspiriert die Gäste und lässt sie die Aura der Marke des Unternehmens oder des Produkts mit möglichst allen Sinnen erleben. Die Methode „Storytelling“ hilft dem Event-Manager auf der Suche nach dem Anlass und bei der Kreation der zündenden Grundidee, beim Finden eines starken Mottos und der Festlegung des „Heldens“ der Veranstaltung, bei der Konzeption des „Drehbuchs“ und beim Aufbau des Spannungsbogens.

**In diesem Seminar werden Sie mit den neuen Event-Grundregeln und mit den wichtigsten Innovationen der Veranstaltungsplanung vertraut gemacht, lernen eine effektive Ideengenerierung kennen und entwerfen die Geschichte Ihres eigenen nächsten Events – angefangen vom Motto und der Einladung, über das Programm und den Ablauf der Veranstaltung bis zur Verabschiedung Ihrer Gäste und der Nachfassaktion.**

Dabei ersparen Sie Ihrem Betrieb sinnlose Investitionen und Aufwände, steigern die Effektivität Ihrer Eventkonzeption und die Rentabilität Ihrer Veranstaltungsorganisation.

- **Sie entdecken die Chancen und Potenziale des Instrumentes „Storytelling“ für Ihr Eventmanagement und werden zu sofortigen Anpassungen und Veränderungen in Ihrer Kommunikation motiviert.**
- **Sie erlernen die wichtigsten Techniken und Methoden des praktischen Storybuildings und wissen nach der Veranstaltung, wie man Events mit Leben füllt, Einladungstexte emotionalisiert und Erlebniswelten narrativ auflädt.**
- **Sie wissen, wie man interessante und brauchbare, v.a. aber kundenrelevante Mottos findet, die Zielgruppe neugierig macht und im Einladungsprocedere erzählenswerte Geschichten zum Event-Thema schreibt, erzählt und publiziert.**
- **Sie erhalten Anregungen und Tipps für die narrative, stufenweise und personalisierte Event-Bewerbung über Print oder elektronische Medien (von der „Safe The Date“-Karte über die postalische oder digitale Event-Einladung und den „Reminder“ bis zum „Last Minute-Newsletter“).**
- **Sie beschäftigen sich mit der Gestaltung einer attraktiven Programm-Dramaturgie mit einem zielgruppenrelevanten Spannungsbogen und erfahren, wie man einen Event-Anlass mit kundenrelevanten Inhalten aufwertet.**

## Mehrwert für die Teilnehmer/innen

Alle Teilnehmer/innen erhalten zusätzlich zu einem **PDF-Dokument mit den Präsentationsfolien** des Referenten und zum **Teilnahme-Zertifikat** ein ausführliches gedrucktes **Volltext-Handout mit seminarergänzenden Informationen, Checklisten und Übersichten** zum Thema „Event-Marketing“ und „Storytelling“.

**Während des Workshops besteht für alle Teilnehmer/-innen die Möglichkeit, unter Anleitung des Trainers ein bereits angedachtes Event-Projekt im eigenen Unternehmen vom Anlass, vom Thema, vom Motto oder von der Ausgangssituation her zu hinterfragen und konzeptionell über die Methode „Storytelling“ zu optimieren.**

## Programm

Jahr für Jahr werden in Europa Millionen-Etats für Veranstaltungen ausgegeben, die aufgrund mangelnder Vorbereitung und zielloser Durchführung so gut wie keinen betriebswirtschaftlichen Beitrag leisten oder zu wenig zur Gesamt-Wertschöpfung des Unternehmens beitragen. So werden auch hierzulande „Tage der Offenen Tür“ zur Stadtteilbelustigung abgehalten, angebliche Kundenbindungsveranstaltungen avancieren zur Gratis-Unterhaltung für Zufallsgäste, Produktpräsentationen finden ohne die Zielgruppe statt, Firmengeburtstage arten zur Party für die eigenen Mitarbeiter aus und teure Feste werden ohne Motto, Kommunikationsziel und Inhalt (und damit ohne einen Wert für das einladende Unternehmen) abgefeiert.

**Ob Kundenempfang, Geschäftseröffnung, Betriebsausflug, Firmenjubiläum, Inhouse-Messe oder Fachkongress – eine perfekte Planung und Vorbereitung als Kommunikationsereignis, über das der Betrieb etwas erzählen kann und über das die Gäste gerne in ihrem sozialen Netzwerk berichten, ist die halbe Miete für eine gelungene Veranstaltung.** Denn hinter erfolgreichen Marken und Produkten stecken starke Geschichten und jedes Firmen-Event für die eigenen Mitarbeiter und jede Kundenveranstaltung mit Außenwirkung dient daher auch und im Besonderen dem Transport von Marken-Botschaften. Eine reine Aufzählung von Unternehmens- und Produktvorteilen auf einer Veranstaltung wird von den Kunden nicht mehr akzeptiert. Moderne Kunden suchen auf Events nach fesselnden Geschichten, einprägsamen Bildern und überzeugenden Analogien.

## Auszug aus dem Inhalt

### **INTRO:**

- Was ein gutes Event heute ausmacht (Überblick über die wichtigsten Erfolgsfaktoren)
- Wie Eventmarketing und Storytelling zueinander gefunden haben
- Warum man auf Firmenveranstaltungen immer auch die Geschichten der Marke, des Unternehmens oder des Produkts erzählt
- Verankerung von Botschaften im Gedächtnis unserer Kunden über Storytelling
- Die Rolle des Neuromarketing für die kommunikative Lernleistung

### **HAUPTTEIL:**

- Von der zündenden Idee über die Zieldefinition zum Veranstaltungsmotto
- Veranstaltungen mit Hilfe des Content Marketing neu denken
- Die Bedeutung des „Drehbuchs“ und des Spannungsbogens
- Die Protagonisten und Helden einer Veranstaltung
- Wie man Narrative im Eventmarketing entwickelt und für Dramaturgie einer Veranstaltung sorgt

### **SCHLUSS:**

- „Customer Centricity“ als Ausgangspunkt im modernen Eventmarketing
- Dialogangebote und Interaktionsmöglichkeiten als Einbindung von Zielpersonen
- Der „Human Touch“ als wichtiger Parameter im Eventmarketing
- Weitere Möglichkeiten der Emotionalisierung des Events
- Weiterempfehlungsmarketing über systematisches Storytelling im realen Business-Alltag, im Internet und in den Social Media

## Methodik-Didaktik

Der erfahrene Kommunikationsprofi und langjähriges Mitglied der Jury „Best Of Content Marketing (BCM)“ des Content Marketing Forum (CMF) Alexander Schell und sein Team arbeiten schon lange als Veranstalter von sogenannten „Infotainment-/Edutainment-Events“, Business-Meetings, Konferenzen, Tagungen, Fortbildungen und Lehrgängen und vermittelt den Teilnehmern/-innen in dieser Seminarveranstaltung daher auch nicht nur notwendiges Grundlagenwissen, sondern auch wertvolles Praxis-Knowhow aus einem Füllhorn von Erfahrungen bei Mitarbeiter- und Kunden-Veranstaltungen von kleinen und großen Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen.

Der Trainer ist Erwachsenenbildungsprofi und präsentiert die verständlich aufbereiteten Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam.

**Die Teilnehmer/-innen erhalten einen erstklassigen Einblick in das moderne narrativ geprägte Eventmarketing - aus der Praxis für die Praxis, komprimiert und auf das Wesentliche reduziert. Der jeweilige Vorkenntnisstand der Teilnehmer/-innen steht während dieses Seminars stets im Mittelpunkt und der Trainer geht gezielt auf alle Fragestellungen der Teilnehmer/-innen ein.**

Neben der üblichen Wissensvermittlung über den Vortrag und Impulsen zu Diskussionen im Teilnehmer/innenkreis bietet dieser Workshop praxisorientierte Gruppen-Übungsarbeiten, Checklisten und Aktionspläne für die Event-Praxis. Das Training beinhaltet Coaching-Einheiten für die Eventmanager und Veranstaltungsplaner in der Gruppe und gibt dem Teilnehmerkreis Gelegenheit, die Planung, Konzeption und Umsetzung Ihrer eigenen Mitarbeiter- und Kundenveranstaltungen systematisch zu durchleuchten und konsequent an der Optimierung Ihres Eventmanagements zu arbeiten.