

Eseménymarketing és a személyes kapcsolatok kis- és középvállalkozások cégvezetői, tulajdonosai számára

Bármennyire is átvették mindennapjaink irányítását a különböző infokommunikációs technológiák, a személyes kapcsolattartást nem pótolja semmi. Még mindig az egyik leghatékonyabb, jól bevált marketing eszköz a személyes találkozás.

Miért fontos a személyes találkozás az ügyfelekkel, partnerekkel?

- Mert úgy vagyunk felépítve, hogy jobban emlékszünk egy megélt eseményre, mint egy kívülállóként befogadott információra. Éppen ezért fontos, hogy a résztvevőben kedvező benyomás alakuljon ki. Éppen ezért vigyázni kell, mert a rossz élmények ugyanolyan maradandóak, mint a jók, sőt ...
- Mert a személyes találkozás közvetlen élményt eredményez. Egy jól megszervezett rendezvényen hamar kezdi magát jól érezni, és könnyen feloldódik a vendég. Az eseményeken résztvevők joggal érezhetik, hogy a figyelem csak rájuk összpontosul.
- Mert a rendezvényen Ön közvetlenül, természetesen képes átadni az információkat, motiválja és befolyásolja a résztvevőket. A személyes törődés, egy gesztus, egy mosoly, a közös élmények megerősítik, jólműködővé teszik a partneri viszonyt, és megújítják a csapatszellemet vállalaton belül.
- Mert partnere bátran kérdezhet közvetlenül Öntől, élő választ kap felvetéseire, kérdéseire, személyes benyomásai lesznek, melyek - ha jól bántik vele - később igen jól kamatozhatnak az Ön számára. Partnere később egy telefonhíváskor egy ismerőssel beszél, nem pedig egy arc nélküli ügyintézővel, ez biztonságot ad számára.
- Végül soron az Ön számára azért fontos a személyes kapcsolattartás, mert a kapcsolati befektetés eredménye az ügyfelek lojalitása lesz. Hűségük pozitív hatása pedig cége jövedelmezőségét alapvetően befolyásolhatja.

Mikor, milyen jellegű eseményt tervezzen?

Legelőször azt határozza meg, mi az esemény célja, mert ennek megfelelően kell döntenie az esemény jellegéről, kiválasztania a

meghívottakat, gondoskodnia a helyszínről, a felkészülésről és a programról.

- Szakmai találkozót akkor érdemes szerveznie, ha az Ön cége szakértői szerepben akar bemutatkozni, vagy szakértői szerepét kívánja tovább erősíteni, új megoldásait akarja partnereivel ismertetni. Ebben az esetben Önnek a szakmaiságra, a hitelességre kell a hangsúlyt helyezni, hogy a bizalmat megteremtse vagy megerősítse. Tehát úgy kell a programot összeállítani, hogy cégét és kollégáit szakértőként pozícionálja. Meghívottai ez esetben egy-egy speciális szakmai terület képviselői, vezetői lesznek.
- A szakmai találkozók egy speciális formája az úgynevezett roadshow. Ez a rendezvény elsősorban az új érdeklődők, új partnerek megszerzését tűzheti ki célul. Előnye, hogy a potenciális ügyfelek, vásárlók helyébe viszi a rendezvényt. Azok kényelmesen „hazai” környezetben, egy csomó időt megtakarítva vehetnek részt, és szerezhettek új információkat, kaphatnak kedvező ajánlatokat. Nagy előnye még, hogy ügyes eladástechnikát becsempészve a programba, helyben azonnali vásárlásra, vagy megrendelésre ösztönözhetjük a résztvevőket. Még eredményesebb lehet a roadshow, ha egy referencialhelyen, egy régi vevőnkénél, vagy partnerünkénél hiteles ajánlással tudjuk megszervezni.
- Partnertalálkozót szélesebb szakmai kör számára szervezzen. A találkozót érdemes rendszeresen, szezonról függően megszervezni, akár félévenként is megtartani. Gondoskodnia kell arról, hogy szemléletes előadás(ok) mutassák be az új termék, szolgáltatás hasznosságát, újszerűségét mindig a vevő, felhasználó szempontjából. Rövid időt szentelhet annak is, hogy cége az elmúlt időszakban milyen eredményeket ért el. Ezzel azonban vigyáznia kell, csak annyit mondhat, ami az Ön reputációjához feltétlenül szükséges, ami a további bizalmat megerősíti. A résztvevők alapvetően nem ezért jönnek. Nem is mindig érdekli őket egy-egy céges eredmény, szervezeti változás, növekedési fellendülés, stb., ami az Ön számára talán nagyon is fontos, és büszke rá. Önnek esetleg workshop keretében lehetőséget kell biztosítani, hogy partnerei kötetlen keretek között kérdezhessenek, ismerkedhessenek az újdonságokkal, kézbe foghassák, kipróbálhassák termékeit. Gondoskodjon elegendő szakmai személyzetről, hogy érdeklődő partnereinek ne kelljen várakozniuk, hogy kérdéseiket feltehessék.
- Kiállítási megjelenést akkor tervezzen, ha a szakmai környezet előnyeit akarja kihasználni, és széles szakmai kör előtt kíván bemutatkozni, esetleg ezt az egy rendezvényt tervezi egész évre. A kiállítást kihasználhatja arra, hogy új érdeklődőket szerezzen és ismertségét bővítse. Érdemes tehát a stand személyzetet úgy összeállítani, hogy legyenek olyanok, akik a szakmában a legjobbak, és legyenek olyanok is, akik a kapcsolatfelvételben profik. Így elérheti, hogy az ismerkedő, nézelődő látogatókkal is van aki foglalkozzék és a speciálisabb, mélyebb szaktudást igénylő kérdések iránt érdeklődők is szakavatott választ kaphatnak. Ha csak ezt az egy

rendezvényt tervezi, akkor érdemes régi partnereit meghívnia a standjára és ott személyesen fogadni őket, bemutatni az újdonságokat, értékeket, eredményeket. Ne felejtse el, hogy akinek nagyobb az adatbázisa, annak több a vevője, tehát érdemes teljes gőzzel gyűjtenie az érdeklődőket. Hatékony módszer lehet a látogatók megállítására és adataik megszerzésére, ha beváltható bont ad az első vásárláshoz vagy nyereménysorsolást szervez számukra. Érdemes a rendezvény keretében szakmai előadás megtartását vállalnia. Prezentációjáról jó előre értesítse partnereit.

- Termékbemutatót tarthat önálló rendezvényként, vagy más eseményhez, kiállításához, konferenciához kapcsolódva. Akkor érdemes megszerveznie, ha valami originálisan új termékkel jött ki, és rövid idő alatt meg akarja ismertetni a piaccal. Ha a keresletet rögtön fel akarja futtatni. Érdemes a helyszínen azonnali megrendelési lehetőséget biztosítani és más csatornákon keresztül bevezetési akciót hirdetni. A termékbemutatóhoz biztosítson vonzó és hozzáértő személyzetet, folyamatosan mutassa be termékét működés, használat közben, gondoskodjék látványos attrakcióról is, hogy emlékezetes legyen résztvevői számára.
- Élmenyprogramot, partit akkor rendezzen, ha partnerei szórakoztatása, megbecsülése, jutalmazása a célja. Partnerei számára is emlékezetessé teheti, ha cége évfordulót, vagy egy sikeres évzárást ünnepel. Hívja meg törzsvevőit, együttműködő partnereit. Érezzék, hogy kivételes a kapcsolatuk és ennek előnyeit élvezik. Különösen fontos, hogy ilyen rendezvény alkalmából valódi élményt adjon ügyfeleinek.
- Protokoll rendezvényt akkor szervezzen, ha cége életében olyan esemény történt, mely fordulópontot jelent, vagy gazdasági-társadalmi vagy nemzetközi jelentőséggel bír és fontos cégének, hogy a véleményformálókkal ezt személyesen tudassák. A meghívásoknak, a helyszínek és a programoknak is ehhez a körülményhez kell illeszkednie.
- Szervezeti belső rendezvények célja a képzés, a közös dolgok kötetlen körülmények közötti megvitatása, a közösség formálása, a távlatok meghatározása, a jutalmazás, a közös gondolkodás. Ha a programmal a csapatszellemet szeretné erősíteni, legjobb, ha néhány napra elvonulnak a világtól és avatott vezető segítségével csak a cégre és a legjobb megoldásokra koncentrálnak. Eredményes munkájuk jutalma az lesz, hogy vezetőtársai, kollégái a lehető legjobb hozzáállással és teljesítménnyel dolgoznak. Ha értékessé és hagyománnyá teszik a csapatépítést, kollégái izgatottan fogják várni, elismerést fog jelenteni számukra a részvétel.

Mire érdemes figyelnie?

- Különösen év végéhez közeledvén fontos, hogy időben fogjon hozzá a szervezéshez, mert a legjobb rendezvényhelyszínek hamar elkelnek. A rendezvény jellegétől függően válassza meg a helyszínt, ellenőrizze az adottságokat és a technikai lehetőségeket, szolgáltatásokat. Ma már szinte végtelen a lehetőség a helyszínek tekintetében. Ha egy kicsit körülnéz, már szinte néhány tízezerért alkalmas helyet találhat. Tájékozódjon és kérjen ajánlásokat ismerőseitől is. Ők holtbiztos, hogy csak a legkellemesebb emlékeket idéző helyszíneket fogják ajánlani Önnek, olyanokat, amelyekkel meg voltak elégedve. De érdemes akár internetes fórumokat is megkeresnie, ott a legtöbb esetben őszinte kritikákat vagy dicséreteket olvashat az egyes helyszínekről kritikákat vagy dicséreteket olvashat az egyes helyszínekről.
- Ha már eldöntötte, hogy milyen céllal és kik számára szervez rendezvényt, állítsa össze a csapatot, aki felelni fog az előkészítésért a sikeres lebonyolításért. Csapatát összeállíthatja saját kollégáiból, de választhat profi rendezvényszervező céget is. Szakmai program szervezésénél talán jobb eredményt érhet el kollégáival, mint idegen szervezőkkel. De ne terhelje saját csapatát, ha nagyobb szabású élményprogramot szeretne. A rendezvényszervező nap mint nap ezt csinálja, kellő tapasztalata, kapcsolatai és ismerete van, és csak az a dolga, hogy emlékezetes eseményt szervezzen az Ön és vendégei számára. Ön csak konzultáljon, fogalmazza meg elvárásait és ellenőrizze a szervező munkáját.
- Ellenőrizze azt is, hogy a meghívandók adatbázisa mennyire aktuális és teljes. A rendezvény jellegétől függően válassza ki a meghívottakat. A személyes szakmai találkozók legtöbb esetben a régi partnerek és a rég óta becserkészás alatt álló cégek illetékes döntéshozói számára érdemes szervezni. Élményprogramoknál az esemény lehet családi, ahová kifejezetten várják a gyerekeket is, megfelelően szórakoztatva őket. Partik esetében a meghívás általában „önnek és partnerének” szól. Hívja meg vendégeit és úgy gondoskodjon róluk, hogy a személyes törődést valamennyien érezzék.
- A rendezvényre minden esetben nyomtatott, levélben küldött meghívóval invitálja vendégeit, később egy elektronikus levélben ismétlje meg, vagy telefonon erősítse meg a meghívást. A meghívottaktól minden esetben kérjen a részvételhez regisztrációt. Ez meg fogja könnyíteni a felkészülést és felesleges költségektől kímélheti meg Önt. Gondoljon arra is, hogy a rendezvény jellegéhez igazodva hívja meg a (szakmai) sajtó képviselőit is.
- Figyeljen arra, hogy rendezvénye megkülönböztethető legyen más eseményektől. Kerülje a sablonos, sivár, tartalmatlan megoldásokat. Jó, ha már a meghívó is azt sugallja, hogy rendezvénye más, mint a

többi. Nem elég a finom étel és ital, valami több kell, komoly szakmai tartalom, valódi újdonság, élmény, személyre szóló figyelmesség, különleges helyszín, ritkán látott attrakció. Gondoljon arra is, hogy a program jól illeszkedjen cége arculatához, és az Önök által képviselt értékrendhez. Az ötleteknek csak a képzelet szab határt, no meg a rendezvényre költhető keret. Ha kevés az ilyen célra költhető pénz, akkor is lehet emlékezetes, jó rendezvényt szervezni sok-sok ötlettel, egyedi figyelmességgel, törődéssel és kedves mosollyal. Ne felejtse el, hogy ügyfelei elviszik az Ön jó hírét, és befektetése többszörösen megtérül majd.

- Az Ön rendezvényének sikeres lebonyolításhoz egy részletes, mindenre kiterjedő forgatókönyvre lesz szüksége. Ebből pontosan tudhatja mindenki, hogy mikor, hol kell lennie és mi a dolga, miért felel. Ha mód van rá, célszerű a programot lepróbálni. Gyakori hiba, hogy az előadások, bemutatók elhúzódnak, a megszabott időket az előadók túllépik, ettől borul az egész program. Kellemetlen és valljuk be tiszteletlenség is, ha valakit meg kell kérni, hogy „nagyon rövid” legyen, különösen egy meghívott előadó esetében. Káros, ha nem marad elegendő idő a kérdések megválaszolására, beszélgetésre. Nem vet jó fényt a rendezvényre az sem, ha csúszik az ebéd, kihűl vagy megszárad az étel. Jó, ha elkerüli az ilyen helyzetet azzal, hogy kézben tartja az időt.
- A rendezvény az érkezéssel, a helyszíni regisztrációval, a vendégek köszöntésével kezdődik, ezt követik időrendben a forgatókönyv szerinti programok. Az esemény végéhez közeledvén a vendégek lassan elkezdnek hazafelé szállingózni. Érdeemes úgy készülnie, hogy egy mosoly kíséretében egy kisebb értékű, de szépen csomagolt búcsúajándékkal kedveskedjen vendégeinek. Hatásos lehet a hölgyeknek egy szál virágot adni búcsúzóul, a férfiaknak pedig egy üveg, dobozba vagy tasakba csomagolt, jobb minőségű bort, melyet akár saját logókkal fel is emblémázhatunk.
- Rendezvényéről érdemes hírt adnia minden olyan csatornán keresztül, amelyek elérik az Ön célközönségét. Teheti ezt a nyomtatott és elektronikus sajtó útján. Feltétlenül számoljon be rendezvénye eredményéről hírei, eseményei között saját honlapján, legközelebb megjelenő nyomtatott és/vagy elektronikus hírlevelében. Tegye fel azokat a képeket a honlapján képgalériába, amelyekre ránézve vendégei felidézhetik a rendezvény legemlékezetesebb pillanatait.
- Végül dolgozza fel a rendezvényen részt vett érdeklődők, partnerek, ügyfelek adatait. Válaszolja meg esetleges kérdéseiket, köszönje meg részvételüket, biztosítsa őket egyenként is arról, hogy cége számára valamennyien továbbra is fontos partnerek.

Kell-e ajándékozni a rendezvényen, vagy más alkalommal?

Ügyfelei megbecsülését személyre szóló egyedi ajándékaival fejezheti ki. Az utóbbi időben az üzleti ajándékozási szokások változni látszanak. Év

végén ma már kevesebben ajándékoznak, mint a korábbi években, az erre szánt pénzt inkább jótékonyagra fordítják. Az év végi jókívánság egy üdvözlőlapon, vagy egy képes, hangos üzenet ez esetben sem maradhat el.

Szép számmal akadnak azonban cégek, amelyek a hagyományos év végi ajándékozást választják. Kisebb-nagyobb értékű ajándékokkal lepik meg partnereiket vagy csak egy karácsonyi üdvözlőlapon küldik el jókívánságaikat. Ez utóbbi figyelmességet bátran ajánlhatjuk, hisz sokan kiteszik asztalukra az üdvözlő lapokat és szeretik nézegetni. Hivatalos üdvözlőlapon választásánál, küldésénél célszerű kerülni a vallásos témájú lapokat, de a logo diszkrét megjelenítése hasznos lehet.

Kiemelt partnereit meghívhatja esetleg egy kellemes ebédre, ahol személyesen adhatja át év végi ajándékát. Az ajándék értékét mindig úgy állapítsa meg, hogy véletlenül se vetüljön Önre a megvesztegetés árnyéka.

Az év végi ajándékozástól függetlenül sok esetben kifejezetten helyénvaló lehet ajándék küldése, vagy személyes átnyújtása ügyfeleinek. Ezzel megköszönheti az éves partneri viszonyt és jelzi, megerősíti a jövőbeni együttműködés szándékát. Hatását még inkább megsokszorozhatja egy jól megválasztott apropó, egy olyan időpont választása, ami nem a tömeges ajándékozás ideje.

Mindenképpen ajánlani lehet, hogy rendezvényein távozáskor valami csekélységgel lepje meg résztvevőit, mely emlékeztetheti őket cégére.

Mit tegyen, ha minderre nincs elegendő ideje? Javaslom, bízson meg külsősöket, és kérje szakember közreműködését.

**Személyes kapcsolatai eredményes bővülését kívánom,
üdvözlettel**

Fenyves Júlia

Ügyvezető igazgató

Tel.: 20-9504-106

fenyves.julia@toppoint.hu

Top Point Információs és Marketing Kft.