



VIRTUELLE EVENTS

ERFOLGSGESCHICHTE

Erfolgreiche Umstellung auf virtuelle Events in Krisenzeiten

3X

ERHÖHUNG
der Anmeldungen für
virtuelle Events

1 STUNDE

TURNAROUND
mit virtueller
Eventvorlage

2T

TEILNEHMER
für wöchentlichen
Webcast erfasst

In beispiellosen Krisenzeiten müssen Organisationen ihre Strategie für persönliche Veranstaltungen schnell an neue Herausforderungen anpassen. Dazu kann die Option gehören, ihre Tagungen und Veranstaltungen auf ein virtuelles Format umzustellen. Es gibt zwar viele Variablen, die bei der Bewertung der Umstellung auf ein virtuelles Format zu berücksichtigen sind, aber die richtigen technologischen Lösungen können Arbeitsabläufe rationalisieren und die Wirkung auf die Teilnehmer maximieren.

Einsatz von Eventtechnologien zur Bewältigung einer unerwarteten Krise

Dies erlebte erst kürzlich eine große Finanzdienstleistungsorganisation. „Mitte März, als uns die Coronavirus-Pandemie traf, mussten wir plötzlich zusehen, wie sich viele Events auf unserem Veranstaltungskalender verflüchtigt haben“, bemerkt Vicky Huang, Senior Meeting Technology Advisor.

Sie erklärt, dass die Organisation Cvent bereits als „zentralisierte Plattform, die die Flexibilität hat, sich an Tools von Drittanbietern anzuschließen“ verwendet habe. Dazu gehörten Integrationen mit ihrem CRM- und Eloqua-Marketing-Automatisierungs-Tool sowie mit dem TalkPoint-Webcasting-System. Mit diesen Integrationen im Hinterkopf beschloss das Veranstaltungsteam, eine ausgewählte Anzahl bestehender Events online zu stellen.



Vicky wurde damit beauftragt, den Registrierungsprozess schnell an das neue virtuelle Format anzupassen. Alles innerhalb weniger Tage. 88 geladene Gäste hatten sich bereits über das Eventmarketing- und Management-Tool von Cvent für die persönliche Veranstaltung registriert. „Wir mussten uns also überlegen, was wir als nächstes tun sollten“, sagt Vicky. „Wir überlegten, ob wir eine neue Event-Einladung auf einer anderen Plattform verschicken sollten“, sagt Vicky. „Bedeutet das etwa, zum Webcast-Team zu gehen, um eine neue Website zu erstellen?“ Letztendlich wurde ihnen klar, dass die Antwort bereits in greifbarer Nähe lag. Sie erklärt: „Wir hatten zufällig die TalkPoint-Integration mit Cvent, so dass uns die Entscheidung leicht fiel.“

Erfolgreiche Umstellung auf virtuelle Events

Innerhalb weniger Stunden aktualisierte Vicky die Website zur Registrierung von Cvent mit den neuen Webcast-Details. „Diese Integration ermöglichte es dem Event-Team, die vorhandenen Anmeldungen zu nutzen, die bereits für die persönliche Veranstaltung erfasst wurden“, sagt Vicky. Über Cvent wurden Erinnerungs-E-Mails an die bestehenden Registranten geschickt, um sie über die Umstellung zu informieren.

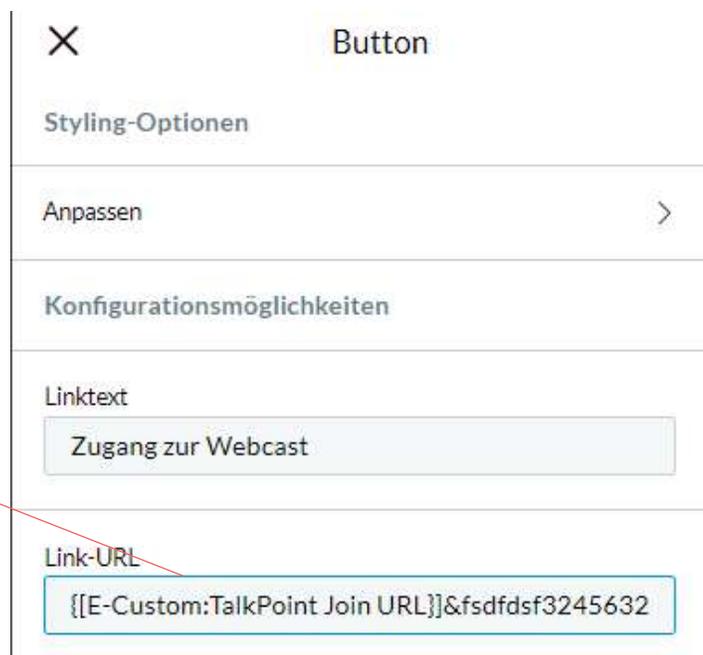
Die Teilnehmer mussten lediglich ihre personalisierte Bestätigungsseite für die Cvent-Anmeldung erneut aufrufen und auf „Dem Webcast beitreten“ klicken, um an dem virtuellen Event teilzunehmen.

Es kommt wirklich auf die TalkPoint-Integration mit Cvent an... Das Unternehmen hat sich einen Vorsprung verschaffen können indem es seine Teilnehmer behalten konnte, grade in einer Zeit wenn Leute nicht persönlich teilnehmen können, und damit die Dynamik eines Events aufrechterhalten

- Vicky Huang, Senior Meeting Technology Advisor

Dadurch erübrigte sich das Ausfüllen eines zweiten Registrierungsformulars auf TalkPoint und es wurde eine nahtlose Benutzererfahrung gewährleistet. Das Team konnte den Zugang auch problemlos auf nur registrierte Teilnehmer beschränken, um den Online-Datenschutz der Teilnehmer zu gewährleisten.

Das Team nutzte die Gelegenheit, das Event einem breiteren Publikum zu vermarkten, und wollte potenzielle Interessenten gezielt ansprechen. Es setzte schnell eine E-Mail-Einladung mit dem neuen virtuellen Angebot über die integrierte Eloqua-Plattform auf.



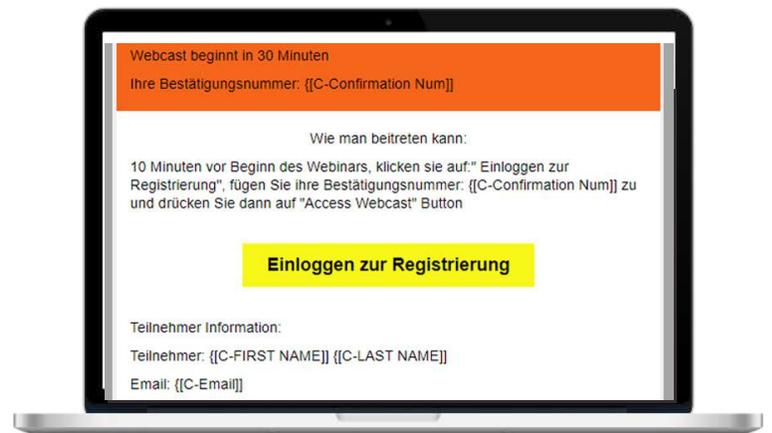


Bemerkenswert ist, dass in nur einer Woche 300 zusätzliche Registrierungen erfasst wurden. 24 Stunden vor der Veranstaltung wurde automatisch eine Webcast-Erinnerungs-E-Mail mit den Anmeldedaten von Cvent an die fast 400 Registranten verschickt. Über 200 Teilnehmer nahmen schließlich an dem virtuellen Event teil, fast dreimal so viele wie ursprünglich erwartet. Die Teilnehmer erhielten auch eine automatisierte E-Mail nach der Veranstaltung mit Aufzeichnungen und zusätzlichen Inhaltsangeboten, um die Reise der Teilnehmer zu verlängern. „Es kommt wirklich auf die TalkPoint-Integration mit Cvent an, die bereits vorhanden ist“, betont Vicky.

Indem das Team, angesichts der sich verändernden Umstände, auf virtuell umschaltete, konnte es den Erfolg ihrer Events sichern und gleichzeitig seine Marketing-Reichweite vergrößern. Die Branding-Anforderungen der Organisation wurden bereits in Cvent konfiguriert, wodurch eine konsistente Markenerfahrung für die Benutzer gewährleistet wurde. Durch die Optimierung ihrer bestehenden MarTech-Fähigkeiten konnten sie auch die höheren Kosten für den Veranstaltungsort und den Buchungsansturm vermeiden, der bereits für die zweite Hälfte des Jahres 2020 im Gange ist. Vor allem aber stellten sie sicher, dass alle Prozesse und Daten an einem zentralen Ort innerhalb der Cvent-Plattform verwaltet werden. Es bestand keine Notwendigkeit für doppelte Teilnehmerlisten, Registrierungsprozesse oder Aufzeichnungssysteme. Sie waren in der Lage, die Webcast-Besucherzahlen mit dem Cvent-Registrierungsbericht zu synchronisieren, was wertvolle Zeit und Mühe sparte, ohne dass die Teilnehmerlisten über verschiedene Plattformen hinweg abgeglichen werden mussten.

Die Entwicklung von Meetings und Events

Nach dem Erfolg ihres virtuellen Events war Vicky in der Lage, den Prozess so zu gestalten, dass er leicht umgestellt werden konnte. Es dauert nun weniger als einen Tag, um ein Webinar in Cvent zu registrieren. „Sobald die Vorlage eingerichtet ist, dauert es eine Stunde, um die Website aufzubauen und den Textlink für den Eventplaner bereitzustellen“, sagt sie. Sobald die Tests abgeschlossen sind, kann der Marketingexperte E-Mails für Einladungen und Veranstaltungserinnerungen einfach konfigurieren.



Der Erfolg dieses Verfahrens hat sich als zuverlässige Alternative zu persönlichen Veranstaltungen erwiesen, die Arbeitsstunden minimiert und die Leistung maximiert. „Innerhalb der letzten zwei Wochen hat der Kunde sechs neue Webinare eingerichtet. Infolgedessen hatten wir 2.000 Kunden, die sich für die Webcast-Veranstaltungen registriert haben, und dies ist noch nicht abgeschlossen. Wir haben neue Webinare von jetzt an bis Mai und Juni geplant“, sagt Vicky.

Während die Bewältigung einer Krise wie der COVID-19-Pandemie zweifellos die Einführung einer Vielzahl von Strategien erfordert, um die Sicherheit der Teilnehmer und die Existenz des Unternehmens zu gewährleisten, bedeutet die Maximierung der Programmwirkung, dass Meetings und Veranstaltungen neue Wege zum Erfolg beschreiten müssen. Durch die Erweiterung ihres Veranstaltungsportfolios um ein zusätzliches virtuelles Angebot sehen Vicky und das Team leistungsstarke neue Möglichkeiten innerhalb der Organisation voraus.

Die Menschen suchen online nach Rat, wenn Sie also deren Zeit nutzen können, um an Ihrer Veranstaltung teilzunehmen und den besten Inhalt liefern, ist es kosteneffektiv und effizient, weil Sie einen viel größeren Teilnehmerkreis erreichen.

- Vicky Huang, Senior Meeting Technology Advisor

„Dies verändert buchstäblich die Art und Weise, wie wir Registrierungswebsites aufbauen“, betont Vicky.

„Hybride Registrierungswebsites werden die neue Normalität sein. Websites zur Veranstaltungsregistrierung in Cvent werden nicht nur für persönliche Veranstaltungen genutzt, sondern es wird immer eine einfache Möglichkeit geben, eine weitere Option einzurichten, mit der Sie Webcast-Teilnehmer erfassen können.“

In Krisenzeiten empfiehlt Vicky, nach Möglichkeit auf digitale Tools zurückzugreifen, um Ihren Veranstaltungsbedarf zu decken. Sie sagt: „Die Menschen suchen online nach Rat, wenn Sie also deren Zeit nutzen können, um an Ihrer Veranstaltung teilzunehmen und den besten Inhalt liefern, ist es kosteneffektiv und effizient, weil Sie einen viel größeren Teilnehmerkreis erreichen“. Mit einfachen Integrationen und einer umfassenden Plattform kann das Umstellen zu virtuellen Events ein nahtloser Prozess sein, der bemerkenswert starke Online-Erlebnisse für die Teilnehmer schafft.

