



Stressfreie Eventplanung - Mit den Tipps von Eventmanagerin Irena Markovic kein Problem

Mit den Tipps von Irena Markovic professionell und stressfrei ein Event planen.

Irena Markovic von Irena Markovic Events ist die Frau hinter Scandalous, Österreichs wohl bekanntestes VIP-Event. Wer hier als Gast geladen ist, erlebt Networking von seiner exklusivsten Seite. Markovic weiß: Damit ein Event ein einzigartiges und unvergessliches Erlebnis wird, ist ein ausgefeiltes Konzept unabdingbar. Unabhängig davon, ob es um die perfekte Märchen-Hochzeit geht, den spaßigen runden Geburtstag, ein besinnliches Weihnachtsfest oder ein Corporate Event (Firmenveranstaltung) - für die perfekte Party gibt es zahlreiche Faktoren zu beachten. Welche das genau sind, was es im Vorfeld einer Eventplanung zu berücksichtigen gibt, wie eine Veranstaltung optimalerweise abläuft und auch, wie es nach dem eigentlichen Event weitergehen sollte, verrät uns freundlicherweise Eventmanagerin Irena Markovic.

EVENTPLANUNG - ZWECK, ZIEL(E) UND ZIELGRUPPE BESTIMMEN

Die Eventplanung beginnt bei Irena Markovic zunächst mit der grundlegenden Klärung, welchen Zweck und welche Ziele das geplante Event verfolgt. Im Anschluss daran wird die Zielgruppe definiert. Ziele eines Corporate Events (Firmenveranstaltung) können unter anderem folgende sein:

- ? Erhöhen des Firmenimages und/ oder Steigerung des Bekanntheitsgrades
- ? Erschließung neuer Märkte
- ? Gewinnung von Neukunden
- ? Steigerung der Marktanteile
- ? Produkteinführungen
- ? Produkt Relaunch
- ? Festigung der Kundenbindung
- ? Verbesserung der Kundenkommunikation
- ? Know-how-Transfer
- ? Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit
- ? Weiterbildung und Schulung der Mitarbeiter

Als Zielgruppen für ein Corporate Event können daher in Betracht kommen:

- ? Privatkunden
- ? Geschäftskunden
- ? Großkonzerne
- ? KMU
- ? Behörden und/ oder Einrichtungen
- ? Bewerber und Studenten
- ? Presse
- ? Investoren
- ? Mitarbeiter

Neben der Bestimmung von Zweck, Ziel und Zielgruppe beschäftigt sich Markovic vor der Planung auch mit diesen wichtigen Fragestellungen:

- ? Welcher Aufwand verbirgt sich hinter der Veranstaltung?
- ? Welche Ressourcen werden benötigt?
- ? Welche Veranstaltungen können mit dem bestehenden Team durchgeführt werden?
- ? Welcher Mitarbeiter eignet sich für die Übernahme der Projektleitung?
- ? Welche Veranstaltungsart ist die passende für das jeweilige Ziel?
- ? Wann ist der optimale Planungsbeginn, damit keine Hektik entsteht?
- ? Wie hoch ist das angesetzte Budget?

4 PHASEN VOR DEM EVENT

Irena Markovic weist darauf hin, dass allein der Ablauf bis zum Event selbst klassischerweise in vier Phasen untergliedert wird. Je nach Größe des Events kann die ein oder andere Phase dabei mehr Zeit in Anspruch nehmen:

-> PHASE 1: Ankündigung

In der ersten Phase geht es um die (Vor)Ankündigung der Veranstaltung. Dabei wird bewusst auf die Bekanntgabe von Details verzichtet, um das Interesse bei der Zielgruppe hochzuhalten.

-> PHASE 2 - Bekanntmachung

Nach der Vorankündigung beginnt die zweite Phase, die Phase der Bekanntmachung. In dieser Phase ist es das Ziel, das Event so bekannt wie möglich zu machen. Hierfür können Anzeigen geschaltet, Pressemitteilungen veröffentlicht und E-Mail-Kampagnen aufgesetzt werden.

-> PHASE 3 - Infos up to date halten

Ab Phase 3 gilt es, die Informationen bezüglich des Events stets auf dem aktuellen Stand zu halten.

-> PHASE 4 - Maximale Animierung

Die 4. Phase ist die letzte Phase direkt vor der Veranstaltung. Für diese sollte noch mal eine E-Mail-Kampagne aufgesetzt werden, um an das Event zu erinnern und ggfs. Kurzentschlossene zu animieren. Auch wichtige Gäste, die bisher ihre Teilnahme nicht bestätigt haben, gilt es aktiv zu kontaktieren. In Phase 4 entsteht ein marketingrelevantes Dringlichkeitsgefühl.

Nach der letzten Phase steht nur noch das Event selbst aus, wobei der optimale Ablauf von der Art der Veranstaltung und einer strukturierten Planung

abhängt.

NACH DEM EVENT IST NEGATIVES FEEDBACK DAS WICHTIGSTE

Nach dem Event geht es nicht nur lediglich um Aufräumarbeiten, sondern vielmehr darum, das Feedback von Gästen und Teammitgliedern (Manöverkritik) einzuholen. Das Gästefeedback kann zum Beispiel über Fragebögen eingeholt werden. Bei der Auswertung dieser richtet Markovic ihr Augenmerk vor allem auf geäußerte Kritik und die negativen Aspekte einer Veranstaltung - denn gerade Kritik ist das am hilfreichsten Feedback, wenn es um die nächste Eventplanung geht, weiß Irena Markovic .

Pressekontakt

IM Lifestyle Properties e.U.

Frau Irena Markovic
Stock-im-Eisen-Platz 3/26
1010 Wien

<https://lifestyle-properties.at/>
markovic@lifestyle-properties.at

Firmenkontakt

IM Lifestyle Properties e.U.

Frau Irena Markovic
Stock-im-Eisen-Platz 3/26
1010 Wien

<https://lifestyle-properties.at/>
markovic@lifestyle-properties.at

LIFESTYLE PROPERTIES - ist die schönste Adresse für Immobilien in Wien. LIFESTYLE PROPERTIES nimmt Sie mit auf eine Reise durch die schönsten Objekte in Wien, privat und beruflich.

Anlage: Bild

