



## Technologie revolutioniert die Geschäftswelt

Technologie revolutioniert die Geschäftswelt  
Technologie verändert ständig die Art und Weise, wie Menschen ihren Geschäften nachgehen. Schreibmaschinen, Overhead-Projektoren, Pager- und Fax-Geräte sind passé; Laptops und Tablet PCs sind in unserer modernen Geschäftswelt allgegenwärtig. Interessant dabei ist, dass während sich die Unternehmenslandschaft drastisch weiterentwickelt hat, eine grundlegende Art, wie wir Geschäfte machen, gleich geblieben ist: face-to-face-Interaktion bleibt der bevorzugte und erfolgreichste Weg, um Meetings abzuhalten und Verbindung mit Gleichgesinnten aufzunehmen. Was sich jedoch geändert hat, ist das Niveau des Engagements und der Interaktivität sowie der Berechnung und Analytik, das heute bei Meetings durch den Einsatz von Tablet-basierter Technologie erreicht wird. Laut Marktforschungsergebnissen von PhoCusWright ist damit zu rechnen, dass im Jahr 2016 weltweit 10 Milliarden mobile Internet-Geräte verwendet werden; es ist also kein Wunder, dass Teilnehmer auf Geschäftsveranstaltungen immer häufiger einen Blick auf ihre Anwendungen werfen. Eventplaner hatten schon immer das Ziel, eine echte Kapitalrendite aus ihren Veranstaltungen vorweisen zu können, aber erst jetzt, mit Verwendung der aktuellen interaktiven Kommunikationstechnologie, wurde dies realisiert. Tablets erleichtern das Sammeln von zuverlässigen Daten, die Unternehmen nutzen, um ihre Strategien zu gestalten und die ein neues Spektrum an Verwertungsmöglichkeiten eröffnen. Tablets ermöglichen den Organisatoren einen Zugang zu Echtzeit- und Post-Event-Informationen über das Teilnehmerverhalten: Inhalte, die aufgerufen oder ignoriert werden, Dauer des Aufenthalts auf jeder Seite, Punkte, zu denen Fragen gestellt werden, Feedback zu Referenten und Themen etc. Aktuelle Forschungsergebnisse zeigen außerdem, dass ein hohes Maß an Engagement der Teilnehmer auf Meetings die Kapitalrentabilität maximiert. In ihrem Buch 'The Experience Economy: Work is Theater - Every Business a Stage', weisen die Autoren B. Joseph Pine II und James H. Gilmore darauf hin, dass Unternehmen ihren Umsatz enorm steigern können, indem sie einnehmende Erlebnisse für den Kunden schaffen. Die Prämisse ist, dass sich die post-industrielle Wirtschaft über die Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen hinaus entwickelt hat und nun soweit ist, Erlebnisse anzubieten. Wir befinden uns aktuell in einer "Erlebnis-Wirtschaft" oder "Experience Economy". Es ist somit keine Überraschung, dass die Organisatoren von Veranstaltungen bemüht sind, "überzeugende Programmierung und Ausbildung über neue, experimentelle Wege zu liefern" und dass die Zeit der Tablet-basierten Events begonnen hat. Nichts beweist diese Theorie besser als Fallbeispiele aus der Praxis. Einer der Erstanwender der iPad-Technologie im Unternehmenssektor war die Hilton Corporation, erklärt ein Artikel im Corporate Meetings Incentives-Magazin. Die Frage, die vom damaligen Vizepräsident der Dienstleistungen für Gäste, John Weiss, gestellt wurde, bringt die aktuelle Herausforderung für Veranstaltungsplaner auf den Punkt. Er fragte mit Bezug auf die Konferenz der Hilton Corporation: "Wie können wir den Leuten demonstrieren, dass wir innovativ sind, und dass wir anders sind? Nicht einfach innovativ um aufzufallen, sondern innovativ in einer Weise, die einen realen, greifbaren Wert schafft für die Leute, die mit uns Geschäfte machen?" Bei der Konferenz versorgte Hilton 2000 seiner globalen Markeninhaber mit iPads. Auf diesen waren zwei kundenspezifische Apps vorinstalliert: ein Meeting Guide und ein virtuelles Concierge App. Das Portier-System beinhaltete eine Vielzahl von Informationen wie Zimmerservice und Spa-Menüs, Transport, Lage- und Raumpläne vor Ort, Karten und Valet Parkservice-Optionen. Mit dem Meeting Guide erhielten die Teilnehmer den Tagungskalender, einen persönlichen Agenda-Planer (mit Pop-up Erinnerungen für Breakout-Sessions), Liegenschaftskarten zur Einhaltung von Vorschriften, Rednerbiografien, Teilnehmerlisten, Instant Messaging, Dokumente zum Download, Menü- und Restaurant-Informationen, Feedback und Zufriedenheits-Umfragen und relevante Fotos und Videos zur Präsentation. Die Ergebnisse der Nachbereitung zeigten einhellig, dass der Einsatz der iPads die Erfahrung der Teilnehmer bereichert und Hilton von seiner iPad-Investition strategisch profitiert hat. Ein Teil der Kosten wurde von Geschäftspartnern ausgeglichen, die Informationen zu den Dienstleistungen für die Teilnehmer über die iPads weiterleiteten. Außerdem konnte Hilton Papier- und Druckkosten reduzieren. Schließlich gelang es ihnen, den Kundenlebenszyklus durch die Erstellung einer App mit einem Link zu ihrem Intranet zu verlängern. Auf diese Weise waren die Teilnehmer in der Lage, zu kommunizieren und nach der Veranstaltung in Verbindung zu bleiben. Es besteht kein Zweifel, dass Technologie Veranstaltungen neu definiert hat. Tablets sorgen dafür, dass Engagement und Interaktion auf Events maximiert werden und bieten leistungsstarke und zukunftsweisende Analytik sowohl während, als auch nach der Veranstaltung. Der Kundenlebenszyklus wird erweitert und die Rentabilität erhöht. Die "Experience Economy" liegt nun vor uns und die Beziehung zwischen Geschäftsveranstaltungen und Tablets wird zunehmend stärker. Am meisten Nutzen werden diejenigen davontragen, die dies frühzeitig realisieren. Event Pad i.G. - Immermannstr. 13 - 40210 Düsseldorf - Fon: +49 (0) 221 93 50 304 - E-Mail: info@eventpad.com - www.eventpad.com

### Pressekontakt

Event Pad Germany

40210 Düsseldorf

info@eventpad.com

### Firmenkontakt

Event Pad Germany

40210 Düsseldorf

info@eventpad.com

Event Pad mit Sitz in London, Manchester, New York und Düsseldorf stellt W-Lan, iPads, Event-Software und Dienstleistung für Geschäftsveranstaltungen aller Art zur Verfügung. Wer Event Pad nutzt, profitiert von: mehr Interaktion, erhöhte Informationsaufnahme, Umfragen, Feedback-Möglichkeit aller Teilnehmer, Erfassung aller Daten in Echtzeit und statistische Aufbereitung, Unterstützung durch kompetente Fachkräfte.