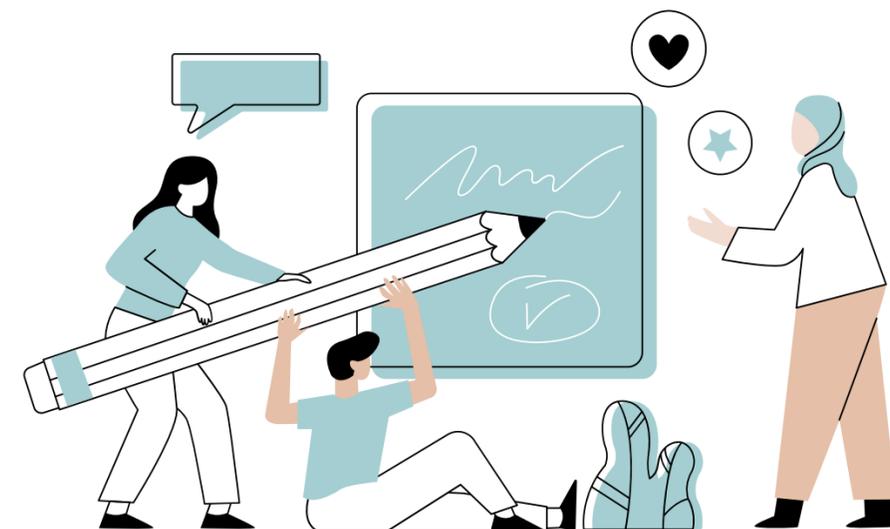


# liveformat,

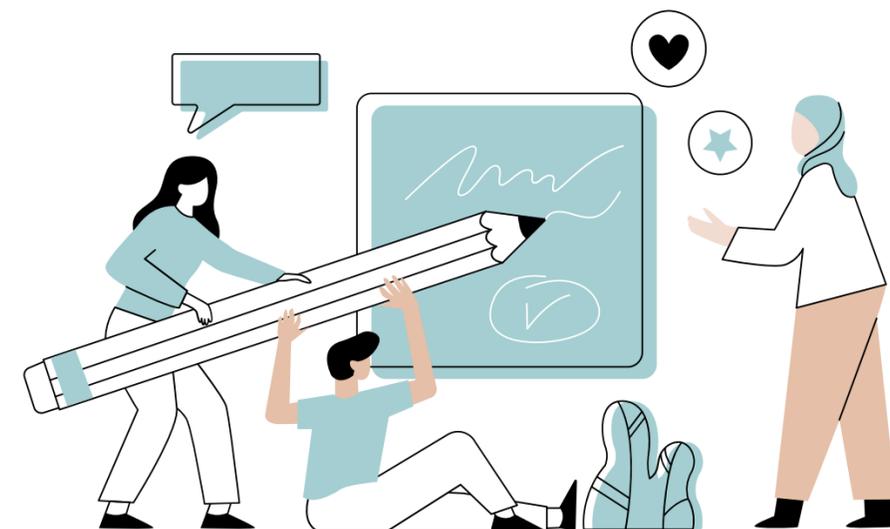
event consulting + development

## Mit diesen drei Tipps hat dein Eventkonzept einen roten Faden



# Mit diesen drei Tipps hat dein Eventkonzept einen roten Faden

Ein Event lebt von einem Sinn, einer Vision. Ist diese nicht bekannt oder klar definiert, können sich Gäste nicht vollständig damit identifizieren. Deswegen ist es extrem wichtig, dass man sich noch bevor überhaupt mit der Planung oder einem Konzept begonnen wird, die Ziele definiert, ein Thema abgemacht und eine Zielgruppe bestimmt werden. So zieht sich ein roter Faden durch den Event und viele Fragen betreffend der Organisation an sich werden dann auch von diesen beantworteten Fragen geklärt. Die Dekoration und das Angebot an Entertainment und Catering definiert zwar für den Gast den Event und für ihn macht es auf den ersten Blick oft Sinn, auch wenn im Hintergrund nicht alle Vorbereitungen sauber getroffen wurden. Bei der Auswertung oder den langfristigen Folgen zeigt sich dann erst, dass bereits in der Vorplanung nicht detailliert genug gearbeitet wurde.



## 1. Ziel

Sollen mehr Leads generiert werden? Dient der Event zur Imageförderung? Ist es ein Dankeschön für die Mitarbeiter?

Wenn das Ziel und der Zweck bekannt sind, lassen sich viele Elemente steuern, um optimale Ergebnisse zu erzielen. Während bei der Verkaufsförderung an einem Tag der offenen Tür die Nähe der Firma zu den Kunden gezeigt und gelebt wird, kann sich das positiv auf die Leistungen der Verkäufer auswirken. Bei der Imageförderung ist es von Vorteil, wenn sich das Unternehmen umweltbewusst sowie nachhaltig zeigt und diese Botschaft auch mit Medienberichten und Social Media-Postings weit nach aussen trägt und ein authentisches Bild von sich abgibt.

Bei einem Mitarbeitererevent zeigt man Wertschätzung, indem zum Beispiel keine Mitarbeitenden an diesem Tag involviert sind und nichts vorbereiten und aufbauen müssen. Für solche Fälle setzen wir als Eventagentur alles daran, dass das auch so bleibt und jeder einzelne Mitarbeitende sich an diesem Tag zurücklehnen und geniessen kann.



## 2. Thema

Ein Motto erleichtert die Planung eines Events enorm. Oft hat man schon eine klare Vorstellung von einem bestimmten Bereich, wie dieser aussehen kann und was angeboten werden muss. Das Thema zieht sich durch alle Bereiche des Events hindurch. Vom Catering über die Uniform des Staffs bis zur Location – alles wird vom zuvor definierten Thema bestimmt. Deshalb ist es sinnvoll, sich viele Gedanken über die beinahe unendlichen Möglichkeiten zu machen und abzuwägen, welches Motto die weitere Planung nicht zu sehr erschwert, da bestimmte Produkte oder Services, welche den Event ausmachen würden, nur schwer zu bekommen sind. Bestimmte Themen schränken zum Beispiel die Auswahl an Catering-Möglichkeiten zu stark ein.



### 3. Zielgruppe

Für wen ist der Event gedacht? Wie ist das Alter aufgeteilt, wie das Geschlecht? Kommen auch Kinder? Das sind alles Fragen, die in diesem Teil beantwortet werden müssen, um ein passendes Angebot zusammenzustellen. Dies beantwortet dann auch viele Fragen, wenn es um die Wahl der Location geht.



## Kontaktiere uns



Fabio Stüssi

[fabio@live-format.ch](mailto:fabio@live-format.ch)



Pascal Bänninger

[pascal@live-format.ch](mailto:pascal@live-format.ch)