



MeetUp-Workshop am 13. März: Kundenveranstaltungen

Reputation und Akquise durch Expertise

Was bringt eine Kundenveranstaltung?

besondere
Art
Expertise
zu zeigen

Neukunde
n/Aufträge
generieren

Bekanntheits-
grad steigern

Schnelle
Ergebnisse &
nachhaltige
Ergebnisse

Wiedererke-
nungswert
t innerhalb
der Region

Persönlicher
Kontakt zu
Interessenten

Weiterempfehlung
von Menschen, die
an der
Veranstaltung
teilgenommen
haben

Was braucht man für eine gelungene Kundenveranstaltung?

Inhalte	Redner	Location	Gäste	Ausstattung & Merchandise	Budget	Werbung	Weitere TippS
wechselnde Schwerpunkte	charismatische Experten	Räumlichkeit finden	Experten- Empfehlung: 20-50 Personen	Banner, RollUps	Roadshow- Prinzip sorgt für weniger Kosten	je nach gewünschter TN-Menge sinnvoll wählen	Generalprobe für den Redner
Schwerpunkte an aktuelle Branchen- entwicklungen anpassen	Gute Vorbereitung (Übung und Struktur)	städtische Räume als günstige Locations nutzbar	vorab um Anmeldung bitten	Auslage auf Tischen	Kleine Runden (20-30) benötigen weniger Personal	Printanzeigen in der Region (2 Wochen im VorauS)	Technik vorher testen; Backup bereithalten
Hilfe anbieten als Experte	Bei guten Themen können Vorträge sich länger gehen (bis 1 Stunde)	lieber Bestuhlung planen als halben Saal leer zu haben	nur so viele einladen wie ich auch betreuen und im Nachgang pflegen kann	Technik mitbringen oder anmieten	1.000-1.500 € für Werbung einplanen	Homepage, Facebook, soziale Kanäle	Liste für Newsletter/Wertel erwägen, damit die TN sich freizeitl anmelden
Pausen planen zum Durchatmen für Zuhörende	Kleine Runden = intimes Gefühl	Verpflegung (Getränke + Kleingkeiten zum Essen)	Mitarbeiter vor Ort nach TN-Anzahl orientieren	Backup mitbringen (Technik, Kabel, Adapter usw)	Ggf. Kosten für Speaker einplanen	Partner suchen wie die VHS	Mitarbeiter bzw. Ansprechpartner sichtbar kennzeichnen - Tafeln, Namensschilder
Jede Veranstaltung welke die Qualitätsmerkmale erfüllen - nicht immer dasselbe vortragen, sondern Energie einsetzen	Als Redner gute Laune mitbringen und verbreiten	Großes Catering oft nicht nötig	Teilnehmeranag erheben: Datum/Anzahl, wer gekommen ist und wer nicht	Flyer, Beutel, Broschüren, Schokolade mit QR Code	Großplanung, wie viel Umsatz erwartet wird und wieviel Invest nötig ist	Mikrofon nicht rumschicken, sondern immer selber halten	
Menschlich und nahbar bleiben - offen mit Fehlern umgehen	Zeit für Fragen und Austausch im Nachgang einplanen	Zeit für Auf/Abbau planen	Auch Mittelwerber willkommen heißen	Technik- Buchung falls nicht vorhanden (Mikrofon, Box, Beamer)	Regelmäßigkeit: wiederkehrende Präsenz durch Events		
Gutes Briefing im Vorfeld - wie inhaltlich soll der Vortrag werden? Wie lang?	Absolviert interne Sprecher oder Redner anhalten? Fokus sollte auf Experten des Immobilien liegen						

Checkliste zum
Download in
ihrem
beedpage-Profil

TippS & Stimmen aus der Community

Teilnehmerliste
benötigt man auch, um
Spesen absetzen zu
können.

Das mache ich
auch: vhs. Läuft
prima

Themenideen

Nebenkosten
senken

Immobilien
im Alter

Erben

Privatverkauf
Chancen und
Risiken

Handlungen für
Immobilienkäufer