



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 Tipp	Checkliste zum Download in ihrem beedpa-Profil
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 Vorau)	Technik vorher testen; Backup bereithalten	
Hilfe anbieten als Experte	Bei guten Themen können Vorträge knapp 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 sie die Qualitätsmerkmale erfüllen - nicht immer dasselbe vortragen, sondern Energie einsetzen	Als Redner gute Laune mitbringen und verbreiten	Großes Catering oft nicht nötig	Teilnehmeranag erweitern: Dankkarten, 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 einhalten? Fokus sollte auf Experten des Immobilien liegen							

Tipp & 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