



© Georg Aufreiter

Drehscheibe für Business-Events

Invitario bietet zusätzliche Funktionen rund um Datenerfassung, Kommunikation und Organisation.

••• Von Britta Biron

WIEN. Die Zahl der Business-events steigt und damit auch die Ansprüche der Organisatoren an Effektivität und Effizienz. Dem trägt Invitario Rechnung und hat in Zusammenarbeit mit seinen Kunden eine Reihe neuer Funktionen und Tools entwickelt, die jetzt verfügbar sind.

Weniger Aufwand

„Ein großer Schritt zu unserem Ziel, Invitario zur zentralen Drehscheibe für das Management aller Veranstaltungen eines Unternehmens zu machen, ist die Einführung des Terminkalenders, mit dem die Verwaltung und Ankündigung aller Veranstaltungen über Invitario einfach und effizient gesteuert werden kann“, nennt Invitario-Geschäftsführer Stefan Grosseck eine Neuerung. Eine weitere ist die Möglichkeit, Umfragen durchzuführen, etwa um Feedback zur Erfolgsmessung einzuholen. Die Fragebögen

„

Ein Highlight der Neuerungen ist die Anbindung an das beliebte CRM-System HubSpot, mit dem wir nun nahezu in Echtzeit bidirektional Daten austauschen können.

Christoph Hütter
Geschäftsführer
Invitario

“

können dabei teilweise standardisiert werden.

Das Erfassen und automatische Auslesen von Visitenkarten der Teilnehmer per Smartphone-App und in Echtzeit bietet eben-

falls neue Möglichkeiten bei der Nachbereitung sowie der Kommunikation mit potenziellen Neukunden.

Bessere Integration

Ein weiterer großer Schwerpunkt von Invitario liegt in der Integration von anderen Software-Anwendungen, die viele Kunden täglich in Marketing, Vertrieb oder HR nutzen.

„Ein Highlight ist die Anbindung an das beliebte CRM-System HubSpot, mit dem wir nun nahezu in Echtzeit bidirektional Daten austauschen können. Das ist ein großer Vorteil für Marketer, die ihre Eventdaten nutzen wollen, um Events zu einem integralen Bestandteil der Customer Journey zu machen“, erklärt Invitario-Geschäftsführer Christoph Hütter. „Der nahtlose und automatisierte Austausch von Teilnehmerdaten mit CRM-Systemen wie HubSpot bietet Unternehmen neue Möglichkeiten, Events mit anderen Kommunika-

tionsmaßnahmen zu verknüpfen. Nicht zu vernachlässigen ist der große Vorteil, den Events für die Erhebung von First-Party-Daten bieten: Im direkten Kontakt lassen sich auf Events wertvolle Daten, z.B. über die Interessen der Teilnehmer, sammeln, und die weitere Kommunikation in Marketing, Vertrieb oder HR kann darauf aufbauen.“

Branchen-Umfrage

Um fundierte Informationen aus Sicht von Unternehmen, Eventdienstleistern und Teilnehmern für weitere Updates zu erhalten, führt Invitario wie schon im Vorjahr auch heuer wieder eine Studie im D-A-CH-Raum durch. Wissenschaftlich begleitet wird die Umfrage, die im Laufe der nächsten Woche startet und bis Ende Juli läuft, von Andreas Bai-erl von der Universität Wien.

„In diesem Jahr richten wir unser Augenmerk insbesondere auf die neuesten technologischen Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz. Wir bei Invitario sind davon überzeugt, dass KI das Potenzial hat, Eventmarketing zu einem noch effektiveren Marketinginstrument zu machen“, sagt Grosseck und hofft auf rege Beteiligung.

„

Mit Invitario bieten wir Unternehmen eine Plattform, um die steigenden Anforderungen an das Eventmarketing effizienter und effektiver abzubilden.

Stefan Grosseck
Geschäftsführer
Invitario

“