



© Georg Aufreiter

# Business-Events als Datenquelle

Die Softwarelösung von Invitario optimiert die Kommunikation mit den relevanten Zielgruppen.

WIEN. Events bieten Unternehmen die direkteste Möglichkeit zur Interaktion mit ihren Zielgruppen, sind aber auch das kostspieligste und zeitaufwendigste Instrument im B2B-Marketing. Effizienz bei der Planung, Durchführung und Nachbearbeitung ist daher entscheidend, ebenso wie möglichst detaillierte Kenntnisse über die Personen, die man erreichen möchte.

## Mehr Effizienz

„Mit unserer Softwarelösung lässt sich nicht nur der Aufwand für die Kommunikation und das Teilnehmermanagement um bis zu 80 Prozent reduzieren, die generierten Daten eröffnen auch völlig neue Möglichkeiten für die gezielte Ansprache relevanter Zielgruppen. Denn jeder Event bietet die Chance, mehr über die Interessen der Teilnehmenden zu erfahren“, sagt Invitario-Geschäftsführer Christoph Hütter.

”

*Wir sehen wachsendes Bewusstsein bei Unternehmen, Events gezielt als Datenquelle zu nutzen und mit der Customer Journey zu kombinieren.*

**Stefan Grossek**  
Geschäftsführer  
Invitario

„Wir sehen ein wachsendes Bewusstsein bei Unternehmen, Events gezielt als Datenquelle zu nutzen und mit digitalen Kommunikationsmaßnahmen in der Customer Journey zu kombinieren“, ergänzt Invitario-Geschäftsführer Stefan Grossek.

“

Die Datenerfassung und -auswertung bietet besonders in der Einladungsphase sowie in der Nachbearbeitung eines Events große Vorteile.

Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb müssen ihre Kontakte nachfassen, um die Teilnahme zu forcieren. Der Informationsfluss über den Anmeldestatus ist – wie so mancher Eventmanager aus eigener Erfahrung weiß – mit analogen Mitteln nur schwer zu überblicken, mit viel manuellem Aufwand verbunden und erreicht die Entscheider erst mit Verzögerung. Oft zu spät, um noch rechtzeitig gezielte Maßnahmen starten zu können. Dagegen liefert die Invitario-Software den Status – wer wurde eingeladen, wer hat zu- oder abgesagt und wer noch nicht reagiert – in Echtzeit.

„Dadurch werden Eventmanager massiv entlastet, und Unternehmen bekommen mehr Möglichkeiten, den Erfolg eines Events zu optimieren“, so Hütter.

”

*Von der Einladung bis zum Eventbesuch gibt es eine Vielzahl von Kontaktpunkten, die wertvolle Informationen über das Verhalten der Teilnehmenden liefern.*

**Christoph Hütter**  
Geschäftsführer  
Invitario

“

Zu wissen, welche Personen tatsächlich an einer Veranstaltung teilgenommen haben, ist vor allem für Marketing und Vertrieb essenziell, um im Anschluss zielgerichtete Maßnahmen zu setzen.

## „Eine Win-win-Situation“

Der Einsatz einer digitalen Gästeliste, die Daten automatisch in die Softwareumgebung wie das CRM-Systeme liefern kann, ist dabei entscheidend, um den wirtschaftlichen Nutzen eines jeden Events zu optimieren.

Umso spannender ist die Möglichkeit, über Invitario auch weitere Kontaktpunkte während einer Veranstaltung zu erfassen, wie zum Beispiel, welche Personen an einem Programmpunkt zu einem bestimmten Thema teilgenommen haben.

„Mit diesen Daten, die einfach über das Scannen eines QR-Codes erfasst werden können, eröffnen sich neue Möglichkeiten für eine auf die individuellen Interessen der Teilnehmenden abgestimmte Kommunikation im Nachgang einer Veranstaltung. Eine Win-win-Situation für die Teilnehmenden und das veranstaltende Unternehmen“, so Grossek abschließend. (red)