



5 Strategien, wie Sie die Kundenbindung auf Ihren Events stärken können.

Ein Event ist weit mehr als nur ein gemeinsames Erlebnis – es ist eine einmalige Chance, Kunden zu begeistern, Beziehungen zu vertiefen und langfristige Bindungen aufzubauen. Doch genau hier liegt die Herausforderung: **Wie überzeugen Sie Ihre Kundinnen und Kunden, ihre wertvolle Zeit in Ihr Event zu investieren?**

Der Schlüssel liegt in **der richtigen Kommunikation – und das schon lange vor dem Event**. Machen Sie schon die Vorbereitungsphase zum Erlebnis. Oberstes Ziel ist es, den **Mehrwert bei der Zielgruppe zu verankern**. Dazu muss im Vorfeld genau analysiert werden, was Ihre Kundinnen interessiert. Sprechen Sie Ihre Kunden auf **mehreren Kanälen** genau dort an, wo sie sich bewegen, liefern Sie Inhalte, die neugierig machen, und schaffen Sie echte Anreize, warum sie dabei sein sollten. Eine gelungene Veranstaltung muss im Vorfeld **vielschichtig, niedrigschwellig und attraktiv** beworben werden. **Das Event ist der „Gipfel“** der Kommunikation. Der Spannungsbogen mit immer mehr Details, Optionen und Infos sorgt für dauerhafte Awareness.

Mit folgenden *fünf erprobten Strategien* holen Sie das Beste aus Ihren Kundenevents heraus und verwandeln *einmalige Begegnungen* in *dauerhafte Beziehungen*.



1. *Schaffen Sie persönliche Erlebnisse*

Kundenbindung beginnt mit dem Gefühl, gesehen und wertgeschätzt zu werden. Nutzen Sie vorhandene Kundendaten, um Erlebnisse zu personalisieren – sei es durch individuelle Willkommensgrüße, maßgeschneiderte Event-Agenden oder exklusive Inhalte. Eine kleine Überraschung, die perfekt auf die Person zugeschnitten ist, bleibt oft länger in Erinnerung als das Event selbst.

Unser Tipp: Nutzen Sie **digitale Tools**, um Interaktionen zu personalisieren – z. B. mit einer maßgeschneiderten **Event-App**. Die App gibt einen Gesamtüberblick über das Event und ist ein wichtiges **Tool zur Individualisierung des Programms**. Gleichzeitig bietet die Event-App vertiefende Informationen zu ausgewählten Themen im Downloadbereich. Hier können die Gäste Ihren individuellen Content auch nach dem Event langfristig nutzen. Alles ist **zentral und nachhaltig** verfügbar.

2. *Wecken Sie mit Storytelling echte Emotionen*

Jedes gelungene Event erzählt eine starke Geschichte. Verknüpfen Sie Ihre Marke mit einer mitreißenden **Event-Story, die Emotionen weckt** und Ihr Publikum direkt anspricht. Setzen Sie auf charismatische Redner, eindrucksvolle Inszenierungen und interaktive Elemente, die Ihre Botschaft erlebbar machen. Die Ansprache auf dem Event sollte feinsinnig abgestimmt sein und darf nicht überladen wirken.

Unser Tipp: Laden Sie Ihre Kundinnen ein, selbst als **Teil der Story aktiv daran teilzunehmen**. Erfolgreiche Praxisbeispiele oder persönliche Erfahrungsberichte auf der Bühne schaffen eine authentische Verbindung.

3. *Fördern Sie gezieltes Networking*

Ein Event lebt nicht nur vom Bühnenprogramm, sondern auch von den **wertvollen Gesprächen abseits der Vorträge**. Networking kann sogar einer der Hauptgründe für die Teilnahme des Kunden sein. Sorgen Sie für entspannte Networking-Zonen, interaktive Formate und Anknüpfungspunkte, die den Austausch zwischen den Gästen fördern.

Unser Tipp: Moderierte Gesprächsrunden, Speed-Networking oder themenspezifische „Breakout-Sessions“ helfen dabei, das richtige Match zwischen Ihren Gästen zu finden.

4. *Bieten Sie exklusiven Content*

Menschen lieben es, Teil von etwas Besonderem zu sein. Geben Sie Ihren Gästen das Gefühl, Informationen zu erhalten, die sie sonst **nirgends bekommen** – sei es durch exklusive Produkt-Demos, Behind-the-Scenes-Einblicke oder inspirierende Keynotes.

Unser Tipp: Laden Sie einen renommierten Branchenexperten ein oder geben Sie einen Ausblick auf künftige Innovationen – so wird Ihr Event zum „Must-Attend“ für Ihre Kunden.

5. *Bleiben Sie in Kontakt*

Der Eventtag ist zwar vorbei – aber die Kundenbindung fängt jetzt erst richtig an! Bleiben Sie am Ball, indem Sie Erinnerungen teilen, um Feedback bitten oder exklusive Inhalte anbieten. Eine gezielte Nachbereitung verlängert die Wirkung des Events und stärkt die Beziehung nachhaltig.

Unser Tipp: Versenden Sie ein persönliches Dankeschön – sei es eine exklusive Zusammenfassung, Eventfotos oder ein kleines Extra wie ein Gutschein für zukünftige Veranstaltungen.

Unser Fazit

Ein gutes Kundenevent endet nicht mit dem letzten Programmpunkt – es wirkt weit darüber hinaus. **Machen Sie Ihre Gäste nicht nur zu Teilnehmenden, sondern zu echten Markenbotschaftern!** Mit einer durchdachten Strategie schaffen Sie Erlebnisse, die nachhaltig begeistern und eine langfristige Bindung zu Ihrem Unternehmen aufbauen. Eine partnerschaftliche und authentische Kommunikation schafft eine vertrauensvolle Bindung zwischen Ihrem Unternehmen und Ihren Kundinnen.

Möchten Sie mehr darüber erfahren, wie Ihr nächstes Event noch erfolgreicher wird? Sebastian Hübner gibt Ihnen einen **exklusiven Einblick in das Voith Paper Customer Event** und verrät Ihnen, mit welchen Ideen und Maßnahmen Voith Paper sein Kundenevent erfolgreich umgesetzt hat.



Jetzt kostenlos zum **Insight** am **21.03.2025** mit Sebastian Hübner anmelden.

● 21.03.2025 // 10 – 11 Uhr

Unser Account Director Sebastian Hübner erklärt, wobei es bei Kundenevents wirklich ankommt und gibt einen exklusiven Einblick in das Voith Paper Customer Event.

Zur Anmeldung



Live (●)

**Best Case
Insight**

Sebastian Hübner
Account Director



Mehr über unsere **m.guest App** erfahren?

Nutzen Sie die Vorteile der Digitalisierung für Ihr Guest Management: Wir haben innovative, digitale Tools für Sie entwickelt.

Features entdecken

