



Next-Gen B2B Events

Leitfaden für **mehr Effizienz** im B2B-Eventmanagement

Inhalt

1. Einleitung	03
2. Digitalisierung im B2B Event-Management	05
3. Auswahl der richtigen Event-Management-Software	07
4. Automatisierung der Registrierung	09
5. Teilnehmergeverfolgung und -management	10
6. Automatisierung der Feedbackfassung	12
7. Verbesserung der Teilnehmererfahrung durch Digitalisierung	13
8. Integration von Event-Management-Tools	14
9. Datensicherheit und Datenschutz	15
10. Erfolgsmessung und Optimierung	16
11. Fazit und Ausblick	17

1. Einleitung

Organisatoren von B2B-Events sehen sich in der aktuellen Zeit mit vielen Herausforderungen bei der Organisation und Durchführung von Business-Veranstaltungen konfrontiert. Teilnehmer erwarten ein perfekt organisiertes Event und wägen aufgrund der Vielzahl an Optionen sehr genau ab, welche Konferenzen und Veranstaltungen sie besuchen wollen.

Gleichzeitig bieten sich für Organisatoren zahlreiche Möglichkeiten, um potenzielle Teilnehmer vom eigenen Event zu überzeugen. So erfreuen sich beispielsweise digitale und hybride Events einer grossen Beliebtheit. Hierbei werden Live-Veranstaltungen um eine digitale Komponente erweitert oder finden vollständig online statt. Diese Formen der Next-Gen B2B-Events bieten Organisatoren ein grosses Potential, um den ROI der eigenen Veranstaltung zu steigern, in dem eine hochwertige Teilnehmererfahrung geboten wird.

Auch wenn es in den letzten Jahren viele technische Neuerungen im Bereich des Eventmanagements gab: Das Hauptziel jeder B2B-Veranstaltung bleibt es, wirtschaftlich effizient zu sein. Dafür müssen Kosten minimiert und Erlöse maximiert werden. Damit eine Veranstaltung auch aus finanzieller Sicht ein Erfolg wird, ist eine effiziente Organisation und Durchführung des Events von zentraler Bedeutung.

Ineffizienzen in der Eventorganisation können hingegen zu starken finanziellen Einbussen führen, die den ROI einer Veranstaltung negativ beeinflussen und im schlimmsten Fall sogar die wirtschaftliche Tragfähigkeit einer Veranstaltung gefährden. Die Herausforderungen bestehen darin, verschiedene Aspekte wie Teilnehmermanagement, Logistik und Kommunikation möglichst kosteneffizient und gleichzeitig mit hoher Qualität umzusetzen.

Dieses Whitepaper wirft einen ausführlichen Blick auf die effiziente Organisation und Durchführung von B2B-Events. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf der zunehmenden Digitalisierung in der Event-Branche. Der Einsatz von Event-Management-Plattformen und weiteren Software-Lösungen führt hierbei dazu, dass viele Arbeitsschritte, die bisher analog durchgeführt wurden, jetzt vollständig digitalisiert sind. Ein Beispiel hierfür ist der Ticket-Verkauf.

Die Digitalisierung bietet ein grosses Potential zur Effizienzsteigerung im B2B-Eventmanagement und führt dabei häufig zu starken Kosteneinsparungen. Die Optimierung von Ausgaben ist für viele Event-Veranstalter essentiell, um eine kostendeckende oder gewinnbringende Veranstaltung organisieren zu können und keine Verluste einzufahren.

Voraussetzung dafür ist die Auswahl einer passenden Event-Management-Plattform. Je nach Funktionsumfang lassen sich mit einer solchen Event-Software verschiedene Arbeitsschritte bei der Eventorganisation ganz oder teilweise automatisieren, beispielsweise der Ticketverkauf, die Teilnehmerverfolgung und das Teilnehmermanagement oder das Einholen von Feedback.

Diese und weitere Anwendungsbeispiele werden im Whitepaper einer genaueren Betrachtung unterzogen.

2. Digitalisierung im B2B Event-Management

B2B-Events unterlagen in den letzten Jahren einem starken Wandel. Durch die zunehmende Digitalisierung und die Corona-Pandemie hat Next-Gen Technology im Event-Management einen starken Aufschwung verzeichnet. Diese modernen Technologien bieten für Veranstaltungen im B2B-Bereich zahlreiche Vorteile.

Zu den digitalen Technologien, welche das B2B-Eventmanagement transformieren, gehören:

- Cloud-Software
- Künstliche Intelligenz (KI)
- Virtual Reality (VR)
- Internet of Things (IoT)

Cloud Software übernimmt zahlreiche Aufgaben im B2B-Eventmanagement, angefangen bei Registrierungsprozessen und dem Ticketverkauf, bis hin zur Gestaltung von Event-Websites ohne technisches Fachwissen. Eine hochwertige Cloud Software bietet verschiedene Module und deckt mit ihrem Funktionsumfang einen Grossteil der Arbeitsschritte bei der Organisation eines Events ab.

Künstliche Intelligenz (KI) kommt beispielsweise für den Kundensupport bei Chat Bots auf der Veranstaltungswebsite zum Einsatz. Weiterhin kann KI den Besucher einer Veranstaltung bei der Zusammenstellung der persönlichen Agenda behilflich sein und Vorschläge für zu besuchende Vorträge und Sessions unterbreiten.

Virtual Reality (VR) bietet grosse Potentiale für B2B-Events. Besuchern kann es beispielsweise per VR-Brille ermöglicht werden, einen Rundgang durch Produktionsstätten zu unternehmen.

Der Ausdruck „Internet of Things“ bezieht sich auf die zunehmende Vernetzung von Geräten und Gegenständen mit dem Internet. So haben Veranstalter unter anderem die Möglichkeit, intelligente Armbänder an die Eventbesucher zu verteilen, welche Echtzeit-Daten über die Bewegungen und Aktivitäten der Teilnehmer liefern.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Moderne Technologien ermöglichen eine bessere Teilnehmerinteraktion und -erfahrung, zum Beispiel durch Personalisierung, und ermöglichen eine umfassende Datenanalyse. Das Sammeln und Auswerten von Daten mit Hilfe von KI erlaubt eine präzise Erfolgsmessung des Events. Gleichzeitig sorgen die modernen Technologien für eine Automatisierung vieler Prozesse, was zu Effizienzsteigerungen und Kostensenkungen führt.



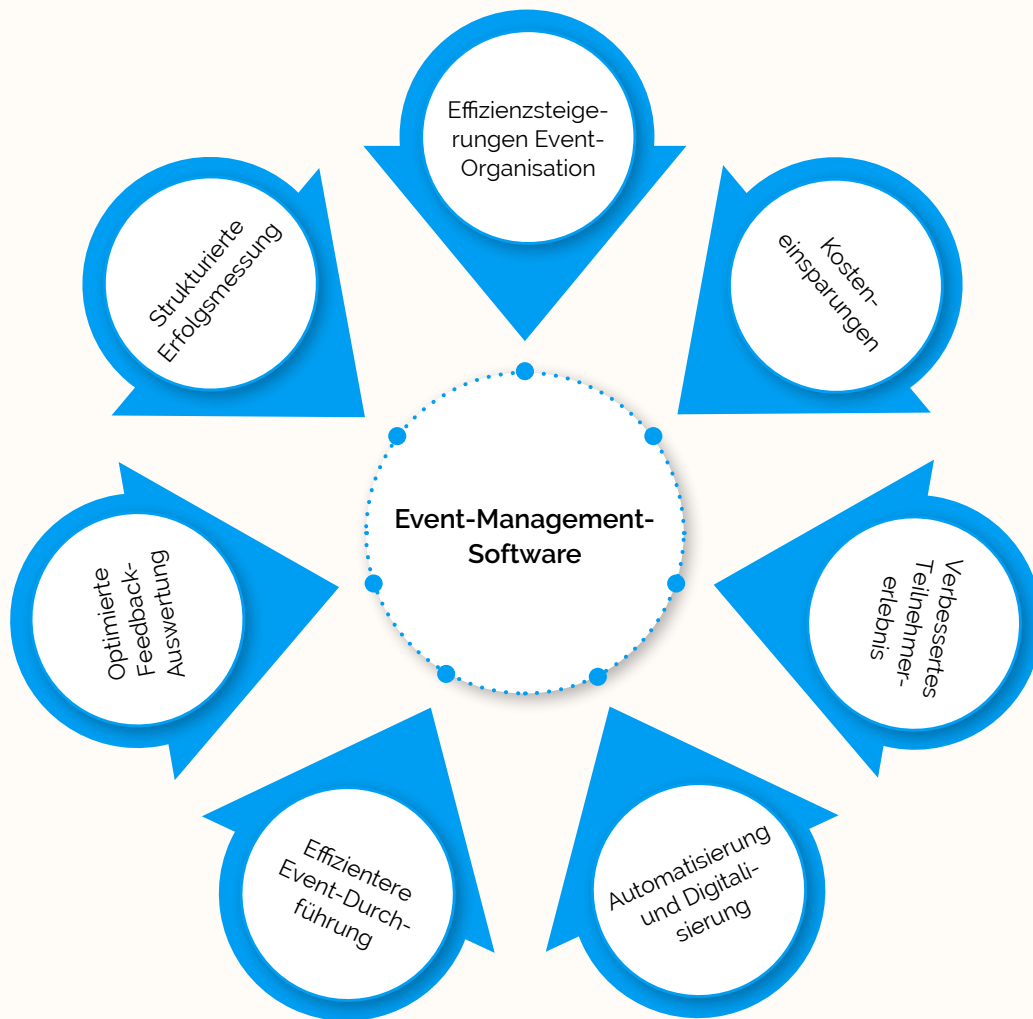
3. Auswahl der richtigen Event-Management-Software

Um die Effizienz im B2B-Eventmanagement zu steigern, spielt die Auswahl der richtigen Event-Management-Software eine entscheidende Rolle.

Die folgenden Kriterien sollten bei der Auswahl einer Event-Management-Software bedacht werden:

- **Benutzerfreundlichkeit:** Eine intuitive Bedienung und einfache Handhabung gehören bei moderner Software zu den Grund-Voraussetzungen. Lange Einarbeitungszeiten und Fehler lassen sich so vermeiden.
- **Funktionalität:** Effiziente Event-Management-Software muss aufgrund der Vielzahl von Aufgaben über ein umfangreiches Funktionsangebot verfügen. Gleichzeitig sollten Ausgaben für Funktionen und Module, die nicht genutzt werden, vermieden werden.
- **Integration:** In vielen Fällen kommen bei der Organisation von Events verschiedene Programme zur Anwendung. Diese sollten miteinander integrierbar sein, um beispielsweise den Datenaustausch zu erleichtern.
- **Sicherheit:** Die Software muss die Anforderungen an die IT- und Datensicherheit erfüllen. Eine wichtige Rolle spielen hierbei die ISO 27001-Zertifizierung und die DSGVO (Datenschutzgrundverordnung). Besonders schützenswert sind die personenbezogenen Daten der Event-Teilnehmer. Daten, für die Organisatoren keine Verwendung haben, sollten nicht erhoben werden.
- **Support:** Bei Fragen und Problemen können Anwender auf einen kompetenten Kundensupport zurückgreifen. Ausserdem gibt es verständliche Tutorials und Anleitungen zur Bedienung der Software.

Effizienzsteigerungen durch Event-Management-Software



4. Automatisierung der Registrierung

Der Registrierungsprozess für neue Teilnehmer lässt sich mit der passenden Event-Management-Software sehr gut automatisieren. Im ersten Schritt wird hierfür eine Event-Website mit Hilfe der Event-Management-Plattform erstellt. Technisches Vorwissen ist dabei nicht notwendig, dafür sorgt ein einfach zu bedienender Drag-and-drop-Editor.

Die Erstellung individueller Registrierungsformulare, die direkt in die Website integriert werden, gelingt ebenfalls über den Drag-and-drop-Editor. Dabei können Unternehmen individuelle Registrierungsformulare erstellen, welche die gewünschten Informationen erfassen und den Registrierungsprozess so personalisieren.

Grundsätzlich sollten dabei so wenig Daten wie möglich und so viele Daten wie nötig erhoben werden.

Im Registrierungsformular geben die Kunden ihre persönlichen Daten an und kaufen ein Ticket. Mit Hilfe der im Verkaufsprozess erhaltenen Daten ist eine Personalisierung der weiteren Kommunikation mit den Teilnehmern möglich. Besonders häufig genutzt wird beispielsweise die Möglichkeit, Ticketkäufer in Folge-E-Mails mit ihrem Namen anzusprechen, insofern dieser beim Ticketkauf abgefragt wurde.

Ist ein Teilnehmer einmal im System registriert, können ihm jederzeit automatische Follow-up-E-Mails gesendet werden, zum Beispiel, um ihn über Änderungen in der Agenda der Veranstaltung in Kenntnis zu setzen. Bestätigungs-E-Mails und Follow-ups halten Teilnehmer stets informiert und bieten eine nahtlose Kommunikation mit zahlreichen Touchpoints.

Je nachdem, welche Daten sonst noch erhoben wurden, kann eine Hyperpersonalisierung in der Kommunikation mit einzelnen Teilnehmern stattfinden. Hat ein Event-Teilnehmer zum Beispiel angegeben, an welchen Vorträgen und Workshops er mit Sicherheit teilnehmen will, können ihm im nächsten Schritt weitere Empfehlungen für andere Sessions übermittelt werden, die thematisch ähnlich gelagert sind.

Die Automatisierung der Event-Registrierung bringt Vorteile für Teilnehmer und Veranstalter mit sich. Für beide Seiten ergibt sich durch das standardisierte und automatisierte Verfahren eine Zeitersparnis. Ausserdem werden Fehler vermieden, wie sie beispielsweise bei einer manuellen Datenübertragung von einer E-Mail in eine Teilnehmerliste auftreten können.

5. Teilnehmerverfolgung und -management

Die Digitalisierung eröffnet neue Möglichkeiten, um Teilnehmerdaten während eines Events zu sammeln und direkt auszuwerten. Durch Echtzeit-Tracking ist eine schnelle Reaktionen auf die Bedürfnisse und Anliegen der Teilnehmer durchführbar.

So ist es möglich, per Echtzeit-Tracking auszuwerten, wo genau sich wie viele Besucher zu welchem Zeitpunkt aufhalten. Dadurch lassen sich unter anderem die folgenden Fragen beantworten:

- Welche Sessions, Vorträge oder Workshops sind besonders beliebt?
- An welchen Veranstaltungen besteht kein Interesse?
- Welche Ausstellungsstände und -bereiche sind stark frequentiert oder überfüllt?
- Wie lange halten sich Teilnehmer in einem bestimmten Bereich auf?

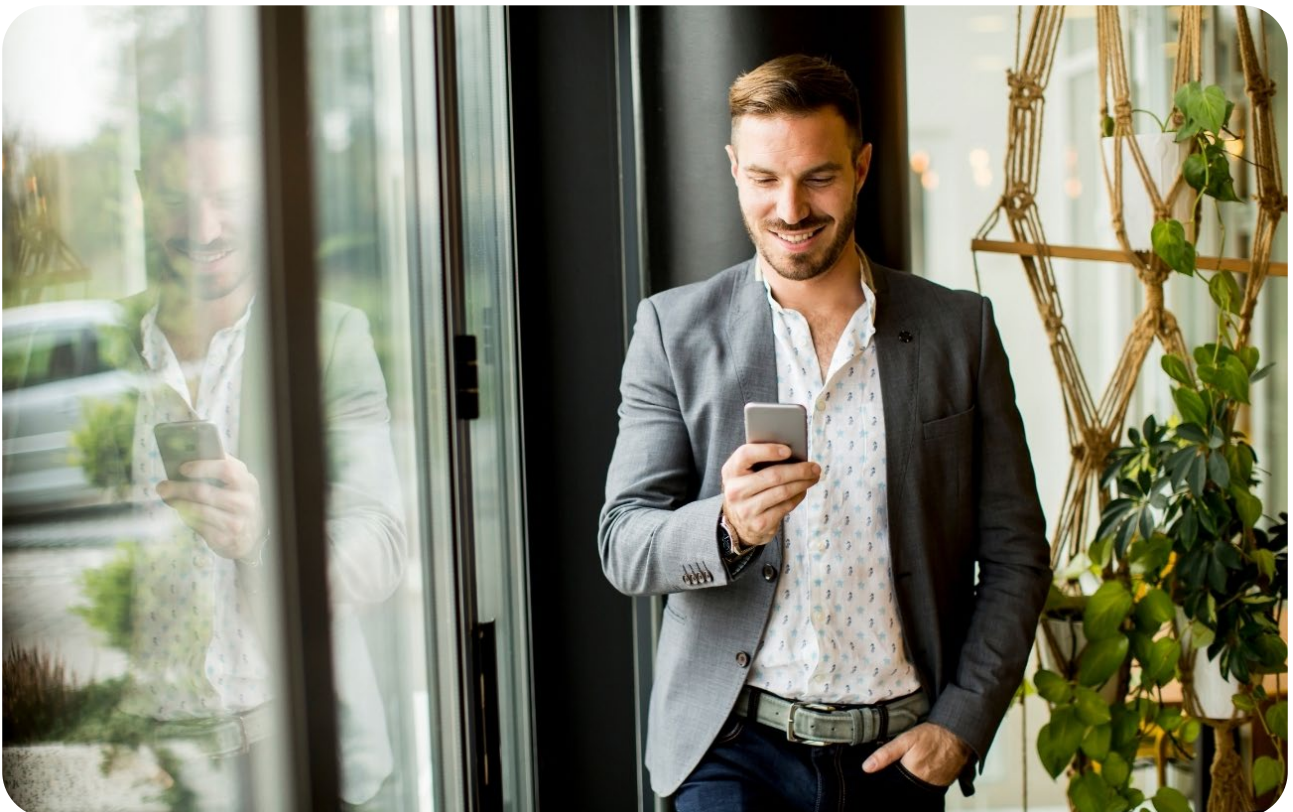
Da die Daten live erhoben und ausgewertet werden, sind einige Anpassungen sofort umsetzbar. Denkbar ist hier beispielsweise, durch eine kleine Änderung im Layout der Veranstaltung die Besucherströme zu optimieren, damit Teilnehmer möglichst ungehindert und ohne Verzögerungen die für sie interessanten Räumlichkeiten erreichen.

Eine effiziente Teilnehmerverfolgung lässt sich dabei mit verschiedenen Tools umsetzen, zum Beispiel mit QR-Codes und Check-in-Apps. Wenn Teilnehmer an einer bestimmten Session teilnehmen wollen, scannen sie am Eingang einen QR-Code mit einer Check-in-App. Somit gibt es zu allen Session stets aktuelle Live-Daten über die Teilnehmerzahlen. Diese Daten können dann leicht in einer Event-Management-Software ausgewertet werden.

Eine weitere Option ist das Tracking der Teilnehmer über Armbänder, die diese bei der Registrierung erhalten, und die stets den aktuellen Standort ihres Trägers übermitteln. Hierbei gilt es zu bedenken, dass die Erfassung von individuellen Bewegungsprofilen sensible personenbezogene Daten kreiert, bei deren Erhebung und Verarbeitung entsprechende Regeln gelten.

Die gesammelten Daten können dazu genutzt werden, das Teilnehmer-Erlebnis zu verbessern und eine weitere Personalisierung vorzunehmen. So können einem Besucher aufgrund seines bisherigen Verhaltens auf dem Event Vorschläge für anstehende Sessions gemacht werden, die gut zu seinem erstellten Interessensprofil passen.

Ebenso können Besucher verschiedene Push-Nachrichten per Check-in-App auf ihr Smartphone erhalten und so erfahren, welche Sessions bereits überfüllt und bei welchen Vorträgen oder Workshops noch ausreichend Kapazitäten vorhanden sind.



6. Automatisierung der Feedbackerfassung

Das Feedback von Teilnehmern ist für Veranstalter von B2B-Events eine wichtige Quelle, um Optimierungspotentiale für zukünftige Events zu erkennen. Durch die Erhebung von Feedback nach Ende einer Veranstaltung können Schwachstellen in der Organisation erkannt und abgestellt werden.

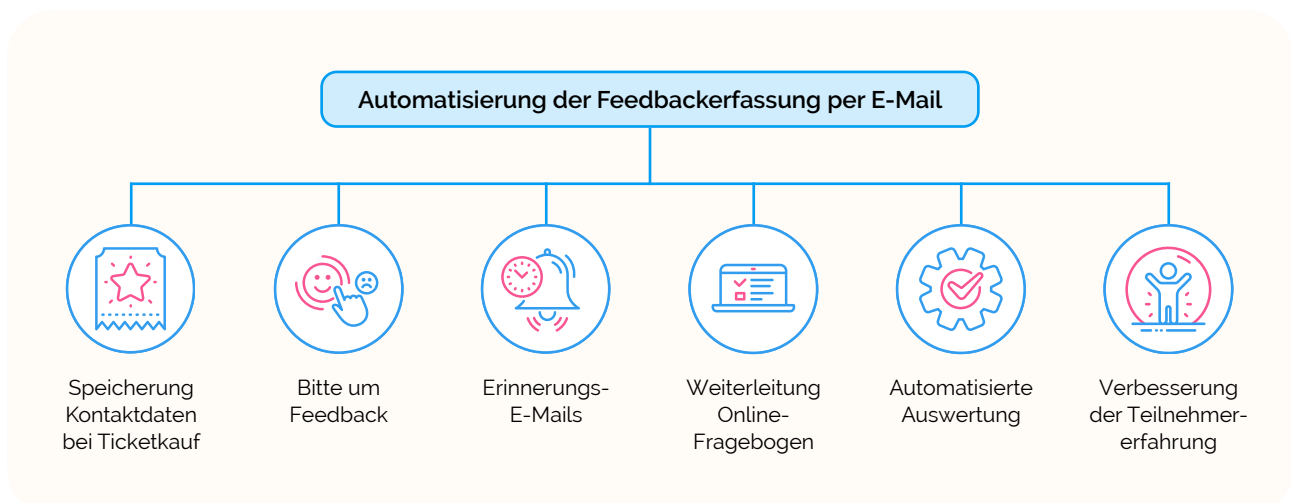
Moderne Software macht es möglich, das Feedback von Teilnehmern einfach zu erfragen und auszuwerten.

Die automatisierte Feedbackerfassung kann dabei über verschiedene Wege erfolgen, mittlerweile sind aber Online-Umfragen zum Standard-Format geworden. Nach Abschluss einer Veranstaltung werden die Teilnehmer per E-Mail um ihr Feedback gebeten und dafür zu einem Online-Fragebogen weitergeleitet.

Da viele Besucher ihr Feedback nicht sofort abgeben, sollten Veranstalter mehrere Erinnerungsmails an die Teilnehmer schreiben, die noch keine Rückmeldung gegeben haben. Durch den Einsatz von moderner E-Mail- und Event-Management-Software ist es dabei kein Problem, die Erinnerungsmails nur an die Kontakte zu versenden, die noch kein Feedback gegeben haben.

Durch die Automatisierung der Feedbackanalyse sparen Veranstalter Zeit und minimieren ausserdem Fehler in der Auswertung der Daten.

Eine weitere Option besteht darin, bereits während einer Veranstaltung Live-Feedback von Teilnehmern zu erfragen. Dies ist aber nur sinnvoll, wenn die erhaltenen Daten auch sofort ausgewertet werden.



7. Verbesserung der Teilnehmererfahrung durch Digitalisierung

Die Digitalisierung von B2B-Events bietet Veranstaltern zahlreiche Optionen, um die Teilnehmererfahrung zu verbessern und die Interaktivität eines Events zu steigern.

Ein Beispiel hierfür ist die Nutzung von Chat-Tools während einer Session. Über ein solches Tool, welches über die Webseite der Veranstaltung oder eine spezielle App angeboten werden kann, haben Teilnehmer die Möglichkeit, in den direkten Austausch miteinander oder mit Referenten zu gehen und so Fragen zu stellen oder ihre Meinung zu äussern. Besonders bedeutsam ist ein solcher Chat bei digitalen und hybriden Events für die Teilnehmer, die nicht live vor Ort sind, sondern per Stream an einer Veranstaltung teilnehmen.

Über eine spezielle Veranstaltungs-App können den Teilnehmern ausserdem alle relevanten Informationen, die zu einem gelungenen Event beitragen, über mobile Geräte zugänglich gemacht werden. Denkbar ist unter anderem, dass über die App Pushnachrichten verschickt werden, wenn es zu einer Raumänderung bei einer Session kommt.

Eine Event-App bietet weiterhin zahlreiche Möglichkeiten der Personalisierung. Per Push-Nachricht erhalten Teilnehmer persönliche Empfehlungen für weitere Vorträge und Sessions, die auf ihrem bisherigen Event-Verlauf beruhen.

Durch eine solche Verbesserung der Teilnehmererfahrung erschaffen Event-Organisatoren ein neues und immersives Erlebnis für Veranstaltungsteilnehmer und heben sich so aus der Masse an Events heraus.

Durch die Nutzung passender Software ist ein solche optimierte Teilnehmererfahrung effizient und mit vergleichsweise geringen Kosten und Arbeitsaufwand umsetzbar.

8. Integration von Event-Management-Tools

Für die verschiedenen Aufgaben zur Steigerung der Effizienz und Qualität im B2B-Eventmarketing stehen unterschiedliche Programme zur Auswahl. Um Synergieeffekte zu ermöglichen, empfiehlt sich die Nutzung einer zentralen Event-Management-Plattform.

Durch die Bündelung zahlreicher Funktionen auf einer Plattform können einmal erhobene und gespeicherte Daten für verschiedene Zwecke verwendet werden. Fehler und Wartezeiten bei der Übertragung von Daten zwischen unterschiedlichen Programmen oder bei der manuellen Dateneingabe werden so vermieden. Beispielsweise ist es möglich, personenbezogene Daten von Event-Besuchern, die im Zug des Ticketkaufs erhoben wurden, nach Ende einer Veranstaltung für das Anfragen von Feedback zu nutzen.

In den meisten Fällen kommen bei der Organisation und Durchführung eines B2B-Events mehrere Programme zur Anwendung. Damit ein Datenaustausch zwischen unterschiedlichen Programmen und Modulen reibungslos funktioniert, müssen verschiedene technische Voraussetzungen gegeben sein. Dazu gehört beispielsweise eine durchgehende Datenkompatibilität und die Verfügbarkeit von APIs („Application Programming Interface“). Im Zuge dessen müssen ausserdem Anforderungen an die IT-Sicherheit erfüllt werden.

Bevor eine Event-Management-Plattform zum ersten Mal zur Organisation einer Veranstaltung eingesetzt wird, sollte sie bezüglich der oben genannten Punkte getestet werden.

9. Datensicherheit und Datenschutz

Eine wichtige Rolle bei der zunehmenden Digitalisierung im B2B-Event-Sektor spielen die Datensicherheit und der Datenschutz. Vor allem bei der Erhebung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten müssen geltende staatliche Regelungen und Gesetze eingehalten werden. Besonders relevant sind hierbei die DSGVO (Datenschutzgrundverordnung) und die ISO 27001.

ISO 27001 ist eine international anerkannte Norm für Informationssicherheitsmanagementsysteme. Ein solches System ist notwendig, um digitale Infrastruktur vor Schadsoftware und anderen Bedrohungen zu schützen und beispielsweise Datendiebstahl zu verhindern. Die ISO-Norm 27001 legt fest, wie ein solches Informationssicherheitsmanagementsystem aufgebaut sein und welche Funktionen es erfüllen muss.

Die DSGVO ist eine von der Europäischen Union erlassene Verordnung, welche die Verarbeitung personenbezogener Daten regelt. So gibt es Vorgaben dazu, wie personenbezogene Daten erhoben, verarbeitet und gespeichert werden dürfen. Ausserdem ist in der DSGVO geregelt, wann personenbezogene Daten gelöscht werden müssen.

Auf Event-Management-Plattform werden zahlreiche sensible Information und Daten verarbeitet. Ein Beispiel hierfür ist der Ticketkauf, bei dem Event-Besucher zahlreiche personenbezogene Daten wie Name und Adresse angeben.

Eine Event-Management-Plattform, die für die Organisation und Durchführung von B2B-Events genutzt wird, muss für maximale IT-Sicherheit die Anforderungen von ISO 27001 und der DSGVO erfüllen.

Je mehr digitale Angebote einer Event-Management-Plattform genutzt werden, umso mehr sensible Daten werden normalerweise erhoben und verarbeitet. Die hohen Anforderungen an IT- und Datensicherheit bestehen aber bereits dann, wenn die ersten personenbezogenen Daten erhoben werden.

10. Erfolgsmessung und Optimierung

Der Erfolg eines B2B-Events lässt sich anhand verschiedener KPIs (Key Performance Indicators) bemessen. Für den langfristigen Erfolg eines B2B-Events ist es essenziell, relevante KPIs zu erheben und auszuwerten. Mit Hilfe einer modernen Event-Management-Plattform ist das auf effiziente Weise möglich. Einmal erhobene Daten lassen sich sehr gut für die Planung zukünftiger Events nutzen.

Zu den wichtigsten KPIs für den Erfolg eines B2B-Events gehören:

- Anzahl der Teilnehmer
- Zufriedenheit der Teilnehmer
- Engagement-Raten
- Return on Investment (ROI)

Das Ziel von Event-Veranstaltern ist es, die Zufriedenheit und die Engagement-Raten der Teilnehmer zu maximieren. Ein positiver Return on Investment ist ebenfalls notwendig, um eine finanziell nachhaltige Veranstaltung auf die Beine zu stellen. Die Gewichtung einzelner KPIs liegt dabei im Ermessen der Veranstalter.



11. Fazit und Ausblick

Die B2B-Event-Branche verändert sich. Durch die zunehmende Digitalisierung und Automatisierung bieten sich für Veranstalter viele neue Möglichkeiten, um das eigene Event auf effiziente Weise zu einem Next-Gen B2B-Event zu transformieren.

Die Digitalisierung wird dabei auf verschiedene Weise deutlich, beispielsweise durch die steigende Verwendung von Künstlicher Intelligenz und Virtual Reality-Angeboten. Die Wichtigkeit digitaler Angebote zeigt sich ausserdem im Aufkommen von hybriden und vollständig digitalen Events.

Für die effiziente Organisation und Durchführung von B2B-Events spielen verschiedene Bereiche eine Rolle, unter anderem die Teilnehmer-Registrierung, das Teilnehmer-Management und die Feedback-Erfassung.

Am Ende steht das Ziel, ein erfolgreiches Event umzusetzen, wobei der Erfolg durch festgelegte KPIs definiert wird. Effizienzsteigerungen spielen hierbei eine entscheidende Rolle, denn sie helfen dabei, Kosten zu minimieren und so einen positiven Return on Investment zu kreieren.

Die Auswahl der richtigen Event-Management-Software ist dabei entscheidend, um die vorhandenen Effizienz-Potentiale auch tatsächlich nutzen zu können. Dabei müssen geltende Regelungen zur Datensicherheit und zum Datenschutz zu jedem Zeitpunkt eingehalten werden.

Eine Event-Management-Plattform, welche die genannten Voraussetzungen erfüllt und zu Effizienzsteigerung im B2B-Management beiträgt, ist evenito.

Du willst mehr über evenito erfahren?

Klick hier und erhalte Zugriff auf unsere interaktive Demo!

JETZT MEHR ERFAHREN