

AUSGABE
2015

Das ultimative Handbuch für Event-App Marketing



Präsentiert von

 eventmobi

Botschaften schaffen


**TIPPS & TRICKS FÜR DAS
MARKETING IHRER APP**

Eine starke Strategie, die sich ein kluger EventMobi Kunde ausgedacht hat, um gedruckte Handbücher zu reduzieren, ist es wichtige Information nur über die App zu verbreiten. Biographien von Referenten und Beschreibungen von Sessions bleiben drin, doch logistische Details, wie Zeiten und Zimmernummern, die sich ändern können, sind nur in der App zu finden. Nachfrage lässt sich nicht nur durch spezielle Angebote schaffen. Wenn Sie eine Event-App, die wie EventMobi, auf allen Geräten funktioniert, anbieten, haben Sie die Überzeugungskraft, um Teilnehmer von Papier zu mobilem Inhalt zu bringen.

Teilen Sie diesen Tipp!


KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

Wie Sie ausdrücken, was Sie sagen wollen.

**EMPFEHLEN SIE DIE APP IN EINER EMAIL VOR
DER VERANSTALTUNG**

Ihre Besucher werden sehen, wie die App ihr Event-Erlebnis aufwerten wird. Dies ist eine wichtige Phase, in der Sie Ihren Teilnehmern die Vorteile der mobilen Event-App näher bringen können.

BLEIBEN SIE AUF DEM LAUFENDEN

Durch schrittweise Veröffentlichung von Informationen rund um das Event animieren Sie die Teilnehmer, die App immer wieder für neue Details aufzurufen.

SCHAFFEN SIE NACHFRAGE

Der Schlüssel zum Erfolg bei der Veröffentlichung der App ist Nachfrage zu schaffen, indem Sie hervorheben, dass exklusive Angebote durch die App angeboten werden. Ein weiterer wichtiger Punkt ist zu betonen, wie einfach es ist, die App herunterzuladen.

NUR FÜR APP-BENUTZER

Animieren Sie Teilnehmer dazu, die App zu downloaden, um exklusive Informationen und Angebote, wie zum Beispiel Rabatte, schnelle Registrierung und wichtige Details, zu erhalten.

GEHEIME GÄSTE

Werben Sie mit geheimen Gästen, deren Identität Sie über die Event-App verraten.

**KÜNDIGEN SIE DIE APP WÄHREND DER
ERÖFFNUNGSVERANSTALTUNG AN**

Der Veranstalter soll die Teilnehmer auf die App aufmerksam machen und zeigen, wie sie damit das Beste aus dem Event herausholen können.

BEGRÜSSUNGSNACHRICHT

Hinterlassen Sie eine personalisierte Nachricht in den Hotelzimmern der Teilnehmer, in der Sie die App erwähnen. Lassen Sie die Nachricht von einem Hauptredner aufnehmen, um es noch origineller zu machen.

Wichtige Medienkanäle



PRÄSENTIERT VON

 eventmobi

Medien-Kanäle


**TIPPS + TRICKS FÜR DAS
MARKETING IHRER APP**

Jede EventModi Event-App wird mit Buttons für Ihre Website geliefert, so dass es nicht nötig ist, sie selbst zu erstellen. Kopieren Sie einfach den Code, setzen Sie ihn auf Ihre Website und schon wird sich die Download-Quote verbessern.

Da auf den meisten Veranstaltungen Event-Apps genutzt werden, erwarten die Teilnehmer eine mobile Veranstaltungs-App. Falls Sie keine Event-App veröffentlichen, sorgen Sie dafür, dass dies auf Ihrer Website ersichtlich ist.

WEBSITE

Der erste Eindruck.

Durch die Verbreitung von Event-Apps auf Konferenzen und Meetings ist es wichtig, dass es für die Teilnehmer einfach ist, die Information zu finden, die sie brauchen. Sie benutzen die Website vielleicht nur, um Meldungen rund um die Referenten zu lesen oder herauszufinden, wer noch da sein wird. Nutzen Sie die Gelegenheit, diese Teilnehmer zu überraschen und zu erfreuen:

“Beginnen Sie heute sich mit anderen Teilnehmern zu vernetzen! Downloaden Sie unsere Event-App hier...” oder “Neue Referenten haben sich angekündigt! Nutzen Sie unsere Event-App, um mehr herauszufinden...”

Erklären Sie deutlich für diejenigen, die aktiv nach Ihrer App suchen, wo und wie man die App herunterlädt. Ein Banner kann einfach an mehreren Stellen auf Ihrer Website platziert werden.

Teilen Sie diesen Tipp!



Medien-Kanäle


**TIPPS + TRICKS FÜR DAS
MARKETING IHRER APP**

Betreff: Sie wollen auf der Konferenz die Branchenführer kennen lernen? So geht's...

Hallo,

Nur weil Sie zum ersten Mal teilnehmen, heißt das nicht, dass Sie allein sein werden! Finden Sie heraus wer sonst noch da sein wird und netzwerken Sie schon jetzt. Die Event-App bietet eine integrierte Chat-Funktion, mit der Sie sich wie per SMS unterhalten können. Treffen Sie heute schon faszinierende Menschen!

Zugang über Ihr Smartphone, Tablet oder Desktop Browser:
www.eventmobi.com/IhreAppURL

Bis bald,

Janina Schmidt,
Veranstaltungsplanerin

Teilen Sie diesen Tipp!



EMAIL

Die Anatomie wirksamer Emails.

Email ist der schnellste und einfachste Weg, jeden, der Ihr Event besucht, zu erreichen. Um davon profitieren zu können, ist es wichtig, Ihre Nachrichten mit den Vorteilen und einem starken Call-to-Action zu optimieren.

AUFTEILUNG

Vermitteln Sie dem richtigen Teilnehmer den richtigen Nutzen. Wenn Sie die Möglichkeit haben, Ihr Publikum in verschiedene Gruppen aufzuteilen, verschicken Sie Email-Nachrichten, die Ihren Bedürfnissen und Wünschen entsprechen. Die Email links ist ein Beispiel, wie Sie erstmalige Teilnehmer anschreiben können.

INHALT

Wenn wir uns das Beispiel ansehen, erkennen wir ein paar Kernpunkte, die sich auf all Ihre Email-Kommunikation übertragen lassen:

- Fassen Sie sich kurz und präzise
- Konzentrieren Sie sich auf eine Aktion
- Heben Sie die Vorteile von proaktivem Handeln hervor

Jede Email sollte einen einzelnen Aufruf zum Handeln beinhalten. Es ist besser Ihre Gruppen zu verstehen und zu wissen, was sie schätzen; und haben Sie keine Angst gezielte, leistungsorientierte Emails zu verschicken. So lange Sie Vorteile liefern, werden Ihre Emails nicht als Störung empfunden.

EMAIL SIGNATUREN

Verlinken Sie die Event-App in den Signaturen Ihrer Mitarbeiter. Dies sorgt dafür, dass sie automatisch für die App werben, wenn sie mit Teilnehmern in Kontakt stehen.

Medien-Kanäle


**TIPPS & TRICKS FÜR DAS
MARKETING IHRER APP**

Um Ihre App über soziale Netzwerke zu bewerben, animieren Sie Ihre Sponsoren, Aussteller und Referenten dazu, die App in ihren Netzwerken zu teilen. Erwähnen Sie ihre Benutzernamen mit der App URL auf Twitter. Sie werden den Tweet sehen, und ihn höchstwahrscheinlich retweeten oder Ihre App auf andere Weise verteilen.

SOZIALE NETZWERKE

Werden Sie kreativ.

Wenn Sie Ihre App über verschiedene soziale Netzwerke anpreisen, sollten Sie ein paar Dinge berücksichtigen. Ihre Nachricht über alle verfügbaren Medien zu verbreiten kann mehr Schaden als Nutzen bringen. Nutzen Sie nur die Kanäle, auf denen Sie bereits aktiv sind. Soziale Netzwerke funktionieren von Natur aus reziprok; suchen Sie den Dialog, denn Spam ist nicht erwünscht. Schaffen Sie Aufregung, indem Sie in jeder Nachricht die Vorteile Ihrer App für Ihre Teilnehmer betonen.

Berücksichtigen Sie außerdem die Unterschiede der Netzwerke, die Sie benutzen. LinkedIn ist beispielsweise eine formelle Plattform, die für professionelle Diskussionen über die Vorteile Ihrer App geeignet ist. Eine Diskussion auf Twitter gestaltet sich ganz anders und ist eher für Updates und kurze Nachrichten über Ihr Event geeignet.

Ein weiterer Grund, warum Sie soziale Netzwerke selektiv und zielorientiert nutzen sollten ist, dass Ihre Teilnehmer an der Diskussion beteiligt sein sollten. Stellen Sie nicht irgendjemanden als Community Manager oder Praktikant für soziale Netzwerke ein; Sie brauchen eine Person, die professionell, einfühlsam und bedacht ist. Sie muss die Veranstaltung in und auswendig kennen und sich in die Haut von erstmaligen Teilnehmern, sowie Geschäftsführern versetzen können.

LINKEDIN

Benutzen Sie LinkedIn, um mit den Teilnehmern eine Diskussion zu beginnen, in der sie Ihnen mitteilen können, welche Information sie vor der Veranstaltung brauchen. Sorgen Sie dafür, dass diese Angaben in der App vorhanden sind und leiten Sie diese Teilnehmer zur App. Für sie ist es nicht nur eine App, sondern eine wichtige Informationsquelle.

Teilen Sie diesen Tipp!



Medien-Kanäle


TIPP S & TRICKS FÜR DAS
MARKETING IHRER APP

Das EventMobi Team ist sehr nerdy und zu jedem Zeitpunkt ist mindestens eine Person im Büro, die sich besonders gut mit diesen sozialen Netzwerken auskennt. Wenn Sie ein kurzes Fünf-Minuten-Tutorium brauchen, zögern Sie nicht uns anzurufen.



+49 (0)30 69205247

Teilen Sie diesen Tipp!


SOZIALE NETZWERKE

Werden Sie kreativ.

TWITTER

Im Gegensatz zum relativ privaten Austausch auf Facebook and LinkedIn ist Twitter eine große öffentliche Plattform, auf der jeder mit jedem kommunizieren kann. Dies ist eine großartige Möglichkeit, um von sich reden zu machen, mit Teilnehmern in Verbindung zu treten und das Ganze zu einer persönlicheren Erfahrung zu machen. So ziehen Sie potenzielle Teilnehmer an.

FACEBOOK

Facebook wird mehr und mehr zum visuellen Erlebnis. Gewagte Bilder und lächelnde Gesichter ziehen Aufmerksamkeit auf sich. Ihre Aufgabe ist es, die Vorteile Ihrer App hervorzuheben und Ihre Teilnehmer so glücklich zu machen, wie die Menschen auf den Fotos.

INSTAGRAM

Mit dem Teilen von Fotos können Sie perfekt die Optik und das Gefühl Ihrer Veranstaltung teilen. Die integrierten Filter lassen jedes Foto gut aussehen. Profitieren Sie davon.

PINTEREST

Wenn Sie bereits Pinterest benutzen, um Inspiration und Fotos von vergangenen Events zu teilen, warum nicht die App URL oder einen QR Code integrieren, um Teilnehmer zur App zu lenken?

YOUTUBE

Nutzen Sie das größte Video-Netzwerk der Welt, um Höhepunkte der letzten Konferenz zu teilen. Der Titel ist besonders wichtig, da er in den Suchalgorithmus von Google integriert ist.

SNAPCHAT

Als eines der am schnellsten wachsenden Netzwerke ist Snapchat eine großartige Art, Ausschnitte aus Ihrem Event zu teilen. Nutzen Sie die Countdown-Funktion, um für kurze Zeit spezielle Angebote anzubieten.

Medien-Kanäle


**TIPPS & TRICKS FÜR DAS
MARKETING IHRER APP**

Ihr Video hat ein Ziel: dass die Teilnehmer die App herunterladen. Es ist verlockend, so viel Information wie möglich in ein Video zu packen. Doch halten Sie Ihre Nachricht kurz und präzise. Zu viel Information auf einmal würde die Botschaft schwächen. Die EventMobi Werbevideos wurden sorgfältig gefertigt, um die Nachricht zu optimieren. Fragen Sie uns nach Details!

APP VIDEO

Zeigen und Erzählen.

Die heutigen HD Videos zeigen 60 Bilder pro Sekunde. Wenn ein Bild mehr als tausend Worte sagt, ist ein einminütiges Werbevideo 3.600.000 Worte wert. Das spart Ihnen viel Zeit ein.

Video spricht mehrere Sinne an und kann so Ihr Publikum faszinieren, wie sonst kein Medium es vermag. Um das Potenzial Ihrer Event-App und Ihrer Veranstaltung auszuschöpfen, machen Sie ein kurzes Video, das die Vorteile Ihrer App hervorhebt. Denken Sie daran, dass sogar kurze Videos über 1.000€ kosten können. Kein Budget dafür?

Die meisten EventMobi App-Pakete enthalten maßgeschneiderte Event-App Werbevideos. Sie wählen die Eigenschaften aus und unser Team erstellt Ihr Video mit Bildern von Ihrer App, Ihrer Marke, und einem kurzen Tutorium, wie man die App auf verschiedene Geräte lädt.

Ihr Video sollte eine Frage beantworten: wie wird die App das Erlebnis des Teilnehmers verbessern? Anstatt die diversen Funktionen der App hervorzuheben, demonstrieren Sie konkret, wie der Teilnehmer die App benutzen kann, um das Beste aus der Veranstaltung zu machen. Wenn die Vorteile Ihrer App überzeugend genug sind, werden viele Menschen auch davon profitieren.

Binden Sie Ihr Video in Ihre Emails mit ein und platzieren Sie es gut sichtbar auf Ihrer Website. Teilen Sie es in Ihren sozialen Netzwerken, um die Teilnehmer mit einzubinden. Sie können es sogar während des Events auf großen Leinwänden abspielen, um die Download-Quote anzukurbeln.

Teilen Sie diesen Tipp!



Persönlicher Kontakt



PRÄSENTIERT VON

 **eventmobi**

Persönlicher Kontakt



TIPPS & TRICKS FÜR DAS MARKETING IHRER APP

Wenn Sie eine Minute mit Ihren Referenten haben, verkaufen Sie ihnen Ihre App. Zeigen Sie ihnen, warum es eine solche nützliche Quelle an Information ist und wie die Teilnehmer davon profitieren werden. Hat Ihr Referent ein Buch, für das geworben werden soll? Fügen Sie es zur Session Beschreibung hinzu. Wenn Ihre Referenten eine Motivation haben Ihre App anzupreisen, werden sie es gerne tun; Ihre Teilnehmer werden diese Energie ebenfalls spüren!

REFERENTEN EINBINDEN

Mit vertrauenswürdigen Quellen arbeiten.

Ihre Referenten sind wertvolle Gäste, die Sie ins Marketing der App mit einbinden können. Da sie als Referenten am Event teilnehmen, sind sie als Experten in ihrem Feld bekannt; sie haben Glaubwürdigkeit. Außerdem haben sie im Lauf ihrer Karriere bereits starke und engagierte Netzwerke aufgebaut.

Fragen Sie Ihre Referenten, ob sie für Ihren Blog einen Gastbeitrag schreiben möchten oder einen Beitrag, der auf ihrer eigenen Seite für die Veranstaltung wirbt. Das ist ein Angebot, von dem beide Seiten profitieren, da die Referenten so ein größeres Publikum ansprechen können, ihre Fachkompetenz beweisen können und bereits vor dem Event Interesse schüren.

Gestalten Sie die Zusammenarbeit so angenehm wie möglich. Verfassen Sie Tweets und andere Einträge für soziale Netzwerke mit Links zur App und Event Hashtag. Wenn nötig, schreiben Sie auch einen Blogeintrag für sie; Ghostwriting ist auch im Marketing üblich.

Teilen Sie diesen Tipp!



Persönlicher Kontakt



TIPPS & TRICKS FÜR DAS MARKETING IHRER APP

Es ist wichtig, Ihren Mitarbeitern die Vorteile einer Event App naheulegen. Geben Sie ihnen nicht nur einen Werbetext zu lesen. Finden Sie heraus, was Ihr Team erreichen will. Erinnern Sie sich an Gespräche aus der Planungsphase und schauen Sie in Ihre Notizen. Interessierte sich das Management für Netzwerken, ist jemand an Follow-up Strategien interessiert? Die Chance besteht, dass Sie Ihre Event-App genauso Ihren Mitarbeitern verkaufen können, wie Sie sie auch an Teilnehmer verkaufen. Ein wenig Recherche und Sie wissen, wie Sie verschiedene Mitarbeiter begeistern können. Vermeiden Sie jedoch ein langweiliges Skript. Wurden Sie je von einer desinteressierten Stimme überzeugt etwas zu tun? Ihre Teilnehmer auch nicht.

MITARBEITER EINBINDEN

Entfachen Sie das Gespräch im Team.

Was Marketing-Strategien angeht ist Mund-zu-Mund-Propaganda meist am wirksamsten. Trainieren Sie Ihre Mitarbeiter darin, wie man die App benutzt und wie sie mit Teilnehmern darüber sprechen sollen. Es ist wichtig, dass jeder auf dem neuesten Stand ist und genau weiß, was die App alles kann. Verkaufen Sie die Vorteile genau so an Ihre Mitarbeiter, wie Sie sie an Ihre Teilnehmer verkaufen. Befähigen Sie sie, die App auch mit anderen Teilnehmern zu teilen.

Als Support-Team Ihrer Teilnehmer werden Ihre Mitarbeiter sicher gefragt, wie man die App installieren muss oder wie man sich mit dem WLAN verbindet. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Team bereit und mit Begeisterung dabei ist. Gute Laune trägt zum reibungslosen Verlauf der Veranstaltung bei!

Teilen Sie diesen Tipp!



Persönlicher Kontakt



TIPPS & TRICKS FÜR DAS MARKETING IHRER APP

Belohnen Sie Teilnehmer, wenn sie die App mit anderen teilen. Bei Twitter beispielsweise dreht sich alles darum, sein Netzwerk zu erweitern. Wenn Sie sich die Zeit nehmen, jemandem öffentlich zu danken und deren Nutzernamen zu erwähnen, erkennen andere vielleicht auch den Nutzen, unter Kollegen erwähnt zu werden. Die Hilfe von Teilnehmern anzuerkennen ist kinderleicht; man muss nur auf Retweet klicken. Anstatt mit dem eigenen Nutzernamen zu werben, bevorzugen Sie Ihre Teilnehmer, und helfen somit nicht nur die App zu verteilen, sondern fördern auch Ihre Teilnehmer.

TEILEN UNTER KOLLEGEN

Lassen Sie Ihre Teilnehmer glänzen.

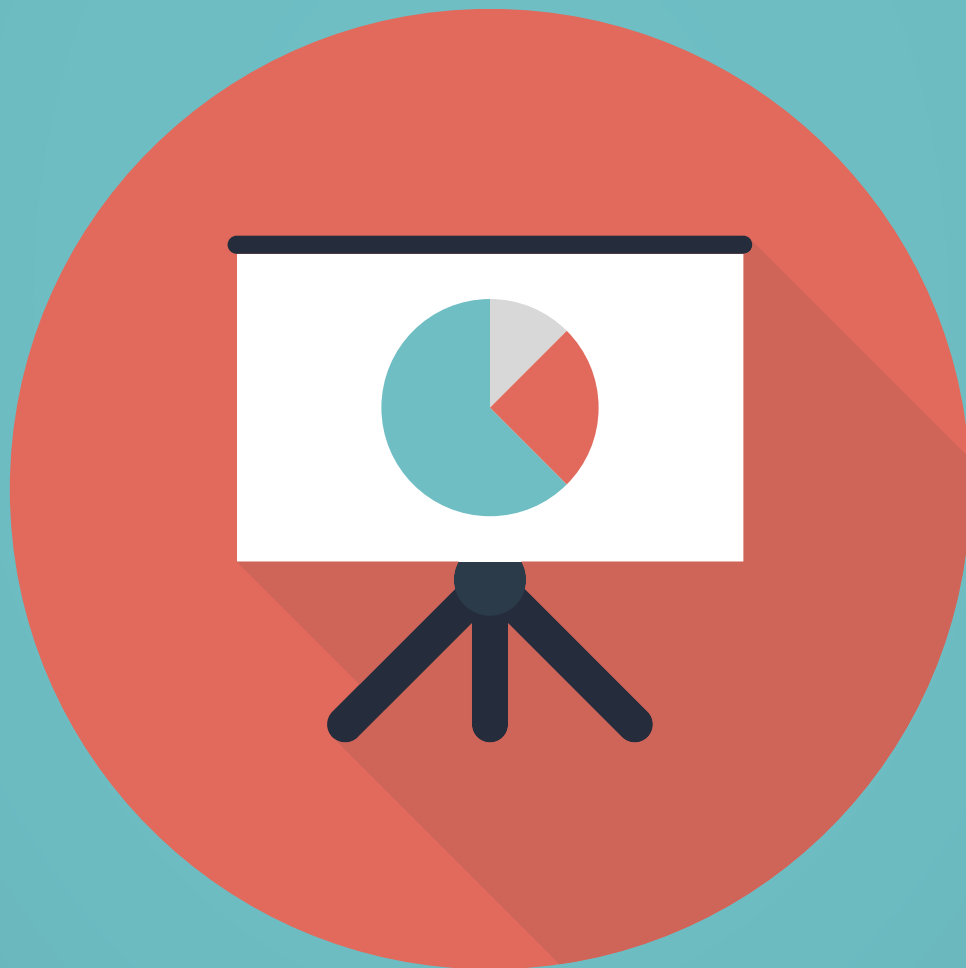
Bieten Sie Ihren Teilnehmern so viele Vorteile, dass sie die App mit ihren Kollegen teilen wollen. Machen Sie es einfach für sie die App untereinander zu teilen. EventMobi bietet im Gegensatz zu anderen Event-Apps eine spezifische URL für jede Seite, die es einfach gestaltet, einzelne Elemente der App zu teilen. Diese Links funktionieren auch als Ansporn für andere Teilnehmer, die App ebenfalls zu benutzen.

EventMobi Entwickler haben es noch einfacher gestaltet, indem sie einen "Über diese Session tweeten"-Button integriert haben. Mit einem Klick können die Teilnehmer jeden wissen lassen, an welcher Session sie gerade teilnehmen oder welche Sie als nächstes besuchen wollen. Anstatt anderen einfach zu sagen, sie sollen die App downloaden, schüren die Teilnehmer das Interesse an der App, indem sie ihren Nutzen teilen.

Teilen Sie diesen Tipp!



Nützliche Statistiken



PRÄSENTIERT VON

 **eventmobi**

Nützliche Statistiken

**TIPPS & TRICKS FÜR DAS MARKETING IHRER APP**

Wenn Sie mit Ihren Sponsoren Banneranzeigen analysieren, denken Sie daran, sowohl Klicks als auch Eindrücke zu begutachten. Obwohl nur 50 Leute die Werbung angeklickt haben, haben fast 5.000 Leute die Firmenmarke wahrgenommen. Es gibt keine optimale Werbeerfahrung - die Branche arbeitet noch an perfekten Strategien. Darum ist es wichtig zu wissen, wie viele Leute die Marke wahrgenommen haben, damit man schätzen kann, wie viele Teilnehmer der Sponsorenmarke ausgesetzt sind.

ERFOLG MESSEN

Was genau bedeuten diese Zahlen?

Da sich der Großteil Ihrer Werbung online abspielt, gibt es diverse Sets an Daten, die Sie sammeln können, um Ihr Marketing zu optimieren. Hier sind ein paar Tipps, Tricks und Instrumente, die Ihnen helfen können:

ERLEBNIS VOR DEM EVENT

Da die EventMobi Event-Apps auf allen Geräten funktionieren, rufen vor der Veranstaltung viele Leute die App auf Desktop-PCs ab. Die Teilnehmer bekommen an ihrem Arbeitsplatz Emails, also sorgen Sie dafür, dass sie wissen, dass sie die App auch auf ihren Smartphones und Tablets benutzen können. Falls erfolgreich, merken Sie wie immer mehr Teilnehmer die App auf mobilen Geräten nutzen.

BANNERWERBUNG

Wenn Sie mehrere Banneranzeigen installieren, vergleichen Sie das Aussehen, den Text und die Illustration, um herauszufinden, warum mehr Menschen auf das eine Banner klicken als auf ein anderes. Ihr Sponsor wird Feedback gerne hören.

INTERESSEN

Wenn die Teilnehmer anfangen, die App zu benutzen, schauen Sie welche die populärsten Sessions, Referenten und Aussteller sind. Ist die Hauptrede so populär, weil es auf der Startseite einen direkten Link dazu gibt? Warum sind so viele Leute daran interessiert, mehr über soziale Netzwerke zu lernen? Benutzen Sie Ihre Daten, um daraus zu lernen und zu testen.

Teilen Sie diesen Tipp!



Nützliche Statistiken

a/b

TIPPS & TRICKS FÜR DAS MARKETING IHRER APP

Gehen Sie sicher, dass Sie während des A/B Tests die richtigen Fragen stellen. Seien Sie präzise. Wenn Ihre Frage ein "und" beinhaltet, wird der Test unvollständige Resultate vorweisen. Noch schlimmer, wenn Sie zwei Variablen gleichzeitig testen wollen, werden Sie Kausalität und Korrelation nicht unterscheiden können, was die Resultate nutzlos macht. In A/B Tests muss eine einzelne Variable getestet werden.

KURZE EINFÜHRUNG IN A/B-TESTS

Es ist an der Zeit zu testen.

Heutzutage dreht sich alles um Zahlen. Spreadsheets, Kreuztabellen, Graphiken und mehr - all dies kann einschüchternd wirken. Doch seit wann akzeptieren Veranstaltungsfachleute keine Herausforderungen? Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht und freuen uns Ihnen die ersten Schritte der Analytik vorstellen zu können. Beginnen wir mit A/B Tests.

Einfach ausgedrückt ist es der Test einer Variablen, wenn alles andere gleich bleibt. Die Resultate zeigen, welche Variable erfolgreicher ist. Die Variable kann der Zeitpunkt an dem etwas verschickt wird sein oder der Kanal, den Sie für Ihre Event-App Werbung benutzen.

Dieses Beispiel-Szenario prüft und optimiert Ihre Kommunikation. Während Sie den Ablauf erlernen, lernen Sie, wie Sie ihn bearbeiten und optimieren können. Bevor Sie sich versehen sind Sie ein Marketing Experte!

DAS SZENARIO

Sie organisieren eine jährliche Vertriebs-Konferenz mit 3.000 nationalen Vertriebspartnern. Sie haben sechs Wochen eingeplant, um für die Event-App zu werben und haben den größten Teil des Inhalts fertig. Natürlich wird es Änderungen geben, aber die Kerndetails sind bereit: Referenten, das Programm, die Location, Karten, Teilnehmerliste und Veranstaltungen. Lassen Sie uns Ihre erste Email verfassen.

Beginnen Sie mit der Frage, die Sie beantworten wollen. Schreiben Sie sie auf, kleben Sie sie an die Wand oder an Ihren Bildschirm. Visuelle Hilfsmittel machen alles einfacher.

Teilen Sie diesen Tipp!



Nützliche Statistiken

a/b

TIPPS & TRICKS FÜR DAS MARKETING IHRER APP

Nur weil eine Ihrer Nachrichten nicht denselben Effekt hatte wie eine andere heißt nicht, dass sie umsonst war. Erwägen Sie verschiedene Zeitfenster, in denen bestimmte Mitteilungen geeigneter sind als andere. Zum Beispiel sollte der Ton Ihrer Nachrichten ein paar Tage vor dem Event etwas dringlicher sein: "Verpassen Sie nicht...!" ist beliebt und wirksam.

KURZE EINFÜHRUNG IN A/B-TESTS

Es ist an der Zeit zu testen.

STELLEN SIE IHRE FRAGE

Was ist die wirksamste Nachricht, um die Quote anzukurbeln?

SCHAFFEN SIE IHRE HYPOTHESE

Nach Umfragen, die vor der Veranstaltung durchgeführt wurden, haben Teilnehmer nach mehr Möglichkeiten zum Vernetzen gesucht.

ERWÄGEN SIE DREI ALTERNATIVEN

- **Nachricht 1:** Legen Sie Ihr persönliches Konferenz-Programm an
- **Nachricht 2:** Treffen Sie neue Teilnehmer auf der Konferenz
- **Nachricht 3:** Bleiben Sie auf dem Laufenden, wenn es um Sessions und Partys geht

Teilen Sie Ihre Teilnehmerliste in drei Gruppen à 1.000 Personen auf. Die erfundenen Daten zeigen die Resultate Ihrer drei Emails. Nachricht 2 ist der deutlichste Versuch, Leute anzuziehen, die Beziehungen knüpfen wollen.

	NACHRICHT	ZEIT	OPEN RATE	KLICK RATE	APP USER
GRUPPE 1	<i>Legen Sie Ihr persönliches Konferenz-Programm an</i>	9:00 Uhr	75%	35%	262
GRUPPE 2	<i>Treffen Sie neue Teilnehmer auf der Konferenz</i>	9:00 Uhr	65%	95%	617
GRUPPE 3	<i>Bleiben Sie auf dem Laufenden wenn es um Sessions und Partys geht</i>	9:00 Uhr	90%	85%	765

FAZIT

- Nachricht 3 war die Wirksamste
- Nachricht 2 hatte effektiven Inhalt, da 95% von denen, die die Email geöffnet haben, bis zur App geklickt haben.

Teilen Sie diesen Tipp!



Nützliche Statistiken

a/b

TIPPS & TRICKS FÜR DAS MARKETING IHRER APP

In unserer Branche sind A/B Tests ein Luxus. Es ist schwer zu planen, wenn Sie nicht die Zeit haben, es richtig zu machen und als Veranstaltungsfachleute wissen wir alle, dass Zeit seltene Ware ist. Wenn Sie planen A/B Tests durchzuführen, sollten Sie sich zu 90% auf die Planung konzentrieren. Ein kleiner Fehler kann die Resultate nutzlos machen, konzentrieren Sie sich also eher auf die Planung als auf die Durchführung, wenn Sie sich die Zeit nehmen, Ihr Marketing zu prüfen und zu optimieren.

KURZE EINFÜHRUNG IN A/B-TESTS

Es ist an der Zeit zu testen.

ERKENNTNISSE

Die Daten zeigen allgemein, dass Teilnehmer am Netzwerk-Aspekt des Events interessiert sind. Sie sehen die App jedoch auch als gute Art, über die Möglichkeiten zum Vernetzen während der Konferenz auf dem Laufenden zu bleiben. Sie wollen nicht über die App Beziehungen knüpfen, sondern durch persönliche Interaktion. Jede Gruppe ist anders; manchmal wollen sie persönliche Erfahrungen, manchmal wollen sie sich eher online vernetzen. Sie kennen Ihre Teilnehmer am besten.

Für die nächste Email benutzen Sie den Betreff der Gruppe 3 mit dem Inhalt der Gruppe 2:

- **Betreff:** Bleiben Sie auf dem Laufenden wenn es um Sessions und Partys geht
- **Inhalt:** Finden Sie heraus, wann und wo Ihre Session stattfindet. Treffen Sie Freunde vom letzten Jahr und erstmalige Teilnehmer während der Veranstaltungen und auf unseren Parties am Abend. Loggen Sie sich hier ein _____ um auf dem Laufenden zu bleiben!

Sie haben soeben Ihren ersten A/B Test gemacht und erfolgreich eine ausdrucksstarke Nachricht für Ihr Marketing definiert. Als nächstes sollten Sie die Zeitpunkte, an denen Sie Ihre Emails schicken, testen, indem Sie die gleiche Nachricht zu verschiedenen Zeitpunkten an Ihre Testgruppen schicken.

Lernen Sie aus jedem Aspekt Ihres Event-App Marketings!

Teilen Sie diesen Tipp!



AKTIONEN NACH DEM EVENT

Halten Sie die Party in Gang.

Nur weil die Veranstaltung vorüber ist, heißt das nicht, dass das Geschehen auf der App auch enden muss. Der Vorteil einer mobilen App ist, dass die Teilnehmer weiter mit Kollegen Beziehungen pflegen können, Inhalte abrufen können und sogar nach der Veranstaltung Teil der Event-Gemeinde bleiben können.

Da der Content Manager bis zu 30 Tage nach dem Event benutzt werden kann, können Sie weiter wichtige Informationen mit Ihren Teilnehmern posten. Zum Beispiel:

- Bieten Sie Rabatte für die Anmeldung für Ihr nächstes Event an.
- Laden Sie Fotos des Events hoch, damit die Teilnehmer ihre Erfahrungen teilen können.
- Ermutigen Sie Teilnehmer dazu, dank integrierter Chat und Teilnehmer Profilen, weiter über die App Beziehungen zu knüpfen. Obwohl der Content Manager nach 30 Tagen schließt, können die Teilnehmer die App ein ganzes Jahr lang benutzen.

Unser Ziel ist, Ihnen zu helfen alles über mobile Event-Apps zu lernen. Wenn Sie alles über diese Technologie wissen und wissen, wie Sie für sie werben können, wird Ihr nächstes Event in einer neuen Liga spielen. Wenn Sie Feedback für uns haben, oder mit jemandem über eine Marketing-Strategie sprechen wollen, melden Sie sich! Wir freuen uns auf ein Gespräch mit Ihnen.



Wir nehmen Sie mit auf eine **persönliche** Tour durch unsere App.

*Sie wollen Details besprechen? Wir zeigen Ihnen EventMobi,
vom Marketing vor dem Event bis zur Auswertung nach
der Veranstaltung. Melden Sie sich, wenn Sie herausfinden
wollen, warum EventMobi die #1 Event-App weltweit ist.*



@EventMobiEurope

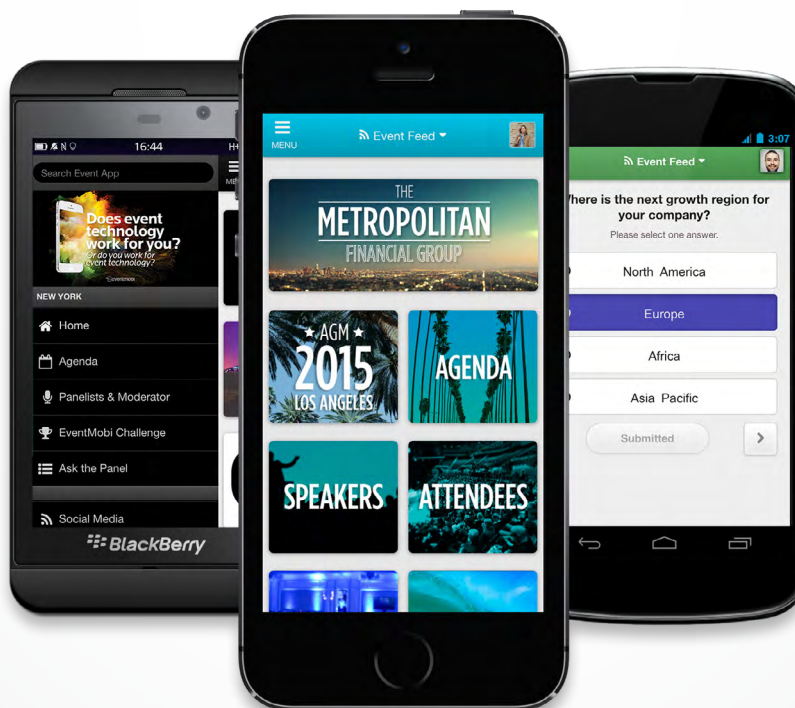


info@eventmobi.de



+49 (0)30 69205247

www.eventmobi.de



 **eventmobi**
Event apps made simple