

Kreative-Therapie.de

Fernlehrgang

„Marketing professional“

LESEPROBE

Lektion 1

**„Event-Marketing - Veranstaltungen
planen und zum Ereignis machen“**

Autor: Dr. Udo Baer

1.1 Zu diesem Lehrgang

Die Dauerhaftigkeit Ihres Erfolges hängt vor allen Dingen von der Qualität Ihrer Arbeit ab und davon, dass Sie sich in allem, was Sie tun, ständig verbessern. Das gilt für das Marketing wie für die Qualität Ihrer therapeutischen Arbeit, für eine einzelne Veranstaltung wie für Ihre Visitenkarte, das gilt für all Ihre Aktivitäten. In diesem Lehrgang wollen wir Sie dabei unterstützen. Wir zeigen, wie Sie professionell Anzeigen formulieren und gezielt und effektiv einsetzen können, wie Sie sich fachlich profilieren und dies für die Entwicklung Ihrer Arbeit nutzen und wie sie mündlich und schriftlich Geschichten erzählen, die bei den Adressaten hängen bleiben und wirksam sind. Durch Nachfassen können Sie Anfangserfolge in dauerhafte verwandeln, und indem Sie Feedback einholen und geben und viele, viele Frage stellen, können Sie Verbindungen entwickeln und festigen. Wie das geht, dabei helfen wir Ihnen. Beginnen wollen wir damit, wie Sie Ihre Veranstaltungen verbessern können, so dass danach über Sie geredet wird, dass die Wirkungen dieser Veranstaltungen besser und sie zu einem Ereignis werden.

1.2 Warum überhaupt Veranstaltungen?

In einer Veranstaltung erreichen Sie Menschen anders als über das Internet oder über Printmedien, nämlich persönlich. Sie können dort zeigen, was Sie können und Sie können Veranstaltung so anbieten und durchführen, dass auch Menschen mit Scheu vor Therapie darin einen niedrigschwelligen Zugang finden.

Eine Veranstaltung bietet darüber hinaus die Möglichkeit, in der Öffentlichkeit in Erscheinung zu treten, indem Sie die Veranstaltung ankündigen oder einen Bericht darüber veröffentlichen, in der Presse, im Internet, auf Ihrer Seite oder auf anderen Seiten.

Ein weiterer Grund, warum Sie Veranstaltungen durchführen sollten, besteht darin, dass Sie ein unglaublich effektives Vehikel für Mund-zu-Mund-Propaganda sind. Menschen, die für Sie Werbung machen wollen, brauchen Nahrung, brauchen Anlässe dazu, über die sie reden können. Eine Veranstaltung ist ein solcher Anlass, ist eine solche Nahrung.

Dafür ist wichtig, dass diese Veranstaltung nicht nur ein sachlicher Informationsabend oder ein langweiliger Stehempfang ist, sondern ein Ereignis, bei dem Menschen etwas erleben. Was eine Veranstaltung zu einem Ereignis macht, darauf kommt es an und darüber möchten wir Sie informieren. Doch vorher ist zu fragen, welche Veranstaltung Sie sinnvollerweise durchführen können.

1.3 Welche Veranstaltungen sind sinnvoll und möglich?

Ob und welche Veranstaltungen Sie durchführen, ist von vier Kriterien abhängig. Während Sie diese Kriterien lesen und darüber nachdenken, bitten wir Sie Arbeitsblatt 1 zu nehmen und auf diesem Arbeitsblatt Ideen zu sammeln und zu notieren.

Die vier Kriterien:

- Die erste Frage lautet: Was haben Sie zu bieten? Zu welchem Thema haben Sie etwas zu sagen? Sind Sie besonders gut darin, Atmosphären herzustellen? Können Sie Menschen zum Malen oder zum Tanzen begeistern oder zu einem Trommelabend motivieren? Was haben Sie zu bieten? – Diese Frage ist wesentlich. Wenn Sie selbst sie nicht beantworten können, fragen Sie andere Menschen, die oft über Ihre Stärken und besonderen Fähigkeiten besser als Sie selbst Bescheid wissen.
- Welche Form von Veranstaltung ist den Menschen angenehm, die Sie erreichen wollen? Veranstaltungen können eher informativ sein oder aber eher kreativ emotional, sie können eine aktive Beteiligung voraussetzen oder den Teilnehmer/innen eher passiv etwas bieten. Sie können klein sein oder groß, kurz oder lang. Überlegen Sie, welche Veranstaltungen Sie kennen, welche unterschiedlichen Formen. Lassen Sie kurz Revue passieren, welche Form von Veranstaltung, die Sie erlebt haben, Ihnen als angenehm und nachhaltig in Erinnerung geblieben ist, und sinnieren Sie darüber, welche Form den Menschen, die Sie erreichen wollen, am angenehmsten wäre.
- Was trauen Sie sich zu? Sicherlich haben Sie schon an unterschiedlichen Veranstaltungen teilgenommen, die vorbildlich gewesen sind. Überlegen Sie, was Sie sich zutrauen. Denken Sie aber

auch daran, dass Sie den Mut brauchen, sich zuzumuten, dass Sie immer ein bisschen über die eigene Grenze gehen müssen, wenn Sie sich kontinuierlich entwickeln und verbessern wollen. Bedenken Sie, dass Sie sich Unterstützung holen können und ggfs. auch eine Veranstaltung mit einer Kollegin, einem Kollegen, einer Freundin oder einem Freund gemeinsam durchführen können.

- Was ist machbar? Manche Arten von Veranstaltungen brauchen viel Zeit und manchmal auch finanzielle Mittel, um sie vorbereiten und durchführen zu können. Überprüfen Sie, welche Möglichkeiten Sie haben, was Sie an Energie und Zeit investieren können und wollen, und entscheiden Sie dementsprechend, ob Sie den Rahmen einer Veranstaltung eher klein setzen oder größer ausweiten wollen.

Schauen Sie sich die gesammelten Ideen an und entscheiden Sie sich für eine Veranstaltung, die Sie ausprobieren wollen.

1.4 Von der Veranstaltung zum Event

[...]

Dies ist eine Leseprobe. Die komplette Lektion sowie folgende Lektionen des Fernlehrgangs "Marketing professional" erhalten Sie im Zuge der Premium-Mitgliedschaft auf www.kreative-therapie.de.

