

WIE SIE VERHINDERN, DASS DIE BEGEISTERUNG UM IHRE VERANSTALTUNG IM JAHR 2021 STIRBT



Die Covid-19-Pandemie war wohl das Schlimmste, was den Event-Organisatoren seit Menschengedenken widerfahren ist. Einige der größten Veranstaltungen der Welt mussten abgesagt, verschoben, neu angesetzt oder online verlegt werden.

So wie es aussieht, wird dieses Dilemma für Event-Organisatoren noch schlimmer werden; denn die Aufmerksamkeit der Leute zu bekommen mag schwierig sein, aber sie zu verlieren ist super einfach. Verschiebt man eine Show um eine Woche, kann man davon ausgehen, dass die Begeisterung nachlässt - ganz zu schweigen davon, was nach Monaten passiert!

Glücklicherweise gibt es mindestens 3 Strategien, die Sie sofort umsetzen können, um mit Ihren Interessenten in Kontakt zu bleiben. In der Tat werden sie potenzielle Besucher dazu bringen, sich auf die nächste Ausgabe Ihrer Veranstaltung zu freuen.

Hier sind 3 Möglichkeiten, wie Sie Interessenten einbinden und ihr Interesse an Ihrer Veranstaltung aufrechterhalten können.

Konsistente und gut recherchierte Veröffentlichung von Anzeigen und PR-Inhalten

Der erste Fehler, den Sie bei Ihrer Content-Strategie nicht machen sollten, ist, zu spät zu beginnen. Jeder Tag, der später als einen Monat nach der Veranstaltung liegt, birgt das Risiko, dass Sie eine gewisse Hebelwirkung verlieren. Geben Sie Ihren Veröffentlichungen also Zeit, Begeisterung zu generieren, indem Sie sie früh verschicken.

Außerdem müssen Sie umfangreiche Recherchen anstellen, bevor Sie sich für eine Publikation entscheiden. Am besten ist es, mit Unternehmen zu arbeiten, die potenzielle Kunden sowohl in lokalen als auch in internationalen Städten erreichen können, und das auch noch in verschiedenen Sprachen.

Um das Gleichgewicht zwischen Konsistenz und Engagement zu finden, müssen Sie einen Kalender erstellen, um festzulegen, wie häufig Sie Ihre Inhalte veröffentlichen und dennoch verbreiten. Dies kann je nach Kapazität Ihrer Marke variieren, aber ein Blogbeitrag und eine Presseberichterstattung im Monat sind in Ordnung.

Nutzen Sie Video-Marketing

Es ist kein Zufall, dass 85 % der Geschäftsinhaber Videomarketing nutzen, um mit ihren Kunden in Kontakt zu bleiben. Nichts fesselt Menschen heutzutage besser als kurze Videoclips.

Um den maximalen ROI für Ihre Video-Marketing-Strategien zu erzielen, sollten Sie einige Tipps beachten:

- Stellen Sie sicher, dass jedes Video einen bestimmten Zweck hat, z. B.

- um Interessenten über die Frühbucherregistrierung zu informieren
- Mindestens ein Video pro Monat verschicken
- Jeder Clip darf bis zu 60 Sekunden lang sein
- Beauftragen Sie SEO-Experten, um Ihre Videos suchbar zu machen
- Audiobeschreibungen oder Transkripte verwenden
- Stellen Sie sicher, dass Ihre Videoinhalte die positive öffentliche Wahrnehmung Ihrer Marke von Anfang bis Ende widerspiegeln
- Verwenden Sie immer hochwertige Kameras

Halten Sie sie auf Ihren sozialen Medien im Gespräch

Die erste Regel, um eine Veranstaltung in den sozialen Medien zum Trend zu machen, ist, einen Hashtag zu kreieren, hinter dem jeder stehen kann. Er muss nicht übermäßig lang sein. Aber er muss einzigartig und einprägsam sein.

Sie müssen auf allen Ihren Social-Media-Plattformen mindestens einmal am Tag mit dem Hashtag posten. Versuchen Sie jedoch, genug zu recherchieren, um herauszufinden, auf welchen Plattformen sich die Mehrheit Ihrer Event-Interessenten und -Teilnehmer aufhält. So können Sie Ihre Posts priorisieren.

Auch bei Werbebeiträgen sollten Sie Ihre Follower immer dazu ermutigen, zu kommentieren, zu liken und zu teilen.

Alle oben genannten Strategien sind kosteneffektiv und einfach zu implementieren. Der beste Teil ist, dass Sie nicht alle Aufgaben selbst erledigen müssen. Die Zusammenarbeit mit dem richtigen Medienunternehmen ermöglicht es Ihnen, diese Strategien umzusetzen und das mit mehr maximaler Effizienz. Das Ziel bleibt dasselbe: eine nicht enden wollende Begeisterung um Ihre Veranstaltung im Jahr 2021 zu erzeugen.

Sie können sofort damit beginnen, Ihre potentiellen Besucher an Bord zu holen, [für weitere Details kontaktieren Sie bitte jetzt unser Team.](#)

Date: 2020-12-30

Article link:

<https://www.tourism-review.de/strategien-zur-forderung-ihrer-veranstaltung-inmitten-der-pandemie-news11824>