

Events im Einzelhandel – Veranstaltungen mit dem gewissen Etwas



Vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen fehlt es im laufenden (stressigen) Tagesgeschäft an Zeit und meist auch an Kreativität, sich mit umfassenden Marketing-Maßnahmen auseinanderzusetzen.

Dabei kann es manchmal sehr einfach sein, Botschaften authentisch und aufmerksamkeitswirksam zu präsentieren.

Im heutigen Newsletter zeigen wir Ihnen, wie Sie mit Aktionen & Events Ihre Stammkunden näher an Ihr Geschäft binden und mehr Neukunden gewinnen können:

1. Finden Sie gute Ideen, die auffallen und sich von anderen abheben. Lassen Sie im Brainstorming-Prozess mit Ihrem Geschäftspartner oder ihren Mitarbeitern auch mal Träumereien zu.
2. Events vermitteln Erlebnisse. Lösen Sie bei Ihren Besuchern Emotionen aus. Nur dann bleiben Sie auch in Erinnerung!
3. Bieten Sie einen Anlass außerhalb der Laden-Öffnungszeiten und sprechen Sie mal ein ganz neues Publikum an, welches sonst nicht auf Ihr Geschäft aufmerksam wird.
4. Adaptieren Sie Ideen, die funktionieren. Man muss nicht immer „das Rad neu erfinden“.
5. Verschenken Sie auch mal etwas: ein kleines Give-away erinnert den Kunden sogar Zuhause noch an sein tolles Einkaufserlebnis.
6. Veranstalten Sie vielleicht mal eine Lesung oder ein kleines Solisten-Konzert in Ihren Räumen. Bestimmt kommen dann Gäste in Ihr Geschäft, die bisher noch nicht auf Sie aufmerksam geworden sind.
7. Schließen Sie sich mit anderen Händlern in einem Werbenetzwerk zusammen und veranstalten Sie gemeinsam mal ein Streetfood-Festival in Ihrer Straße oder statten ein Grillfest im Innenhof aus.
8. Vielleicht haben Sie auch hohe, weiße Wände. Bieten Sie einem lokalen Künstler an, eine Vernissage in Ihren Räumen abzuhalten.
9. Beteiligen Sie sich bei regionalen Messen oder Veranstaltungen. So bleiben Sie Ihren Kunden in guter Erinnerung.



10. Machen Sie auf Ihr Event oder Ihre Aktion aufmerksam: sei es auf Facebook oder auf Plakaten oder in der lokalen Presse: Informieren Sie die Menschen und machen Sie auf den Ablauf der Veranstaltung aufmerksam.
11. Laden Sie die Presse zu Ihren Events ein. Falls kein Reporter kommen kann, bereiten Sie die Informationen und Fotos gut auf und senden Sie alles per E-Mail an die Zeitung. Ein objektiver Bericht ist meist die beste Werbung!

Ihre Sina Burkhardt
Beratungsspezialistin Eventmarketing/Social Media