

Checkliste für eine erfolgreiche digitale Veranstaltung

Bevor Sie mit der Bearbeitung beginnen, lesen Sie sich den gesamten Plan einmal durch!

1. Festlegung der Relevanz, Ziele & Zielgruppe

ca. 3 Monate vorher

- Relevanz
 - Warum planen wir diese digitale Veranstaltung überhaupt?
 - Was ist der Zweck meiner digitalen Veranstaltung?
 - Wie wird mich meine digitale Veranstaltung weiterbringen und was haben meine Teilnehmer davon?
- Ziele
 - Was möchte wir mit der digitale Veranstaltung erreichen?
 - Tipp: SMART definiertes Ziel (spezifisch, messbar, akzeptiert, realistisch und terminiert)
- Zielgruppe
 - Warum besuchen Teilnehmer unsere digitale Veranstaltung?
 - Wo kommen meine Teilnehmer her?
 - Was wollen sie bei Uns erleben?
 - Welchen Mehrwert bietet Unsere digitale Veranstaltung?
 - Aus welchem beruflichen Umfeld stammen die Teilnehmer?
 - Tipp: Versetzen Sie sich einmal in die Teilnehmer, wie denken sie und welche typischen Fragen haben die zur digitalen Veranstaltung?

2. Entwicklung eines Konzept für die digitale Veranstaltung

- Entwickeln Sie Ideen für deine Veranstaltung
- Betreiben Sie Marktforschung (Gibts bereits ähnliche Veranstaltung?)
- Ein Visionboard erstellen (Ziele visualisieren?)

3. Termin & Dauer der digitalen Veranstaltung festlegen

- Tipps:
 - Nach 60 Minuten steigen viele Menschen aus einem virtuellen Vortrag aus (Zoom Fatigue) → daher regelmäßige Pausen einbauen
 - Geht es um Wissensvermittlung, brauchen die Teilnehmer noch mehr Pausen (Eventreihe über mehrere Tage oder Wochen kann die Lösung sein)
 - Termine, die noch möglichst "frei" von denen der Mitbewerber sind
 - Unterschiedliche Zeitzonen oder Feiertage und Urlaubszeiten beachten



4. Format festlegen

- Webinare, Online-Konferenzen, Online-Parties, virtuelles Messen, digitale BarCamps, virtuelle Networking-Events ...



5. Planung des Events

- Team zusammenstellen
 - Rollen klären (Wer macht die Moderation/Technik ...)
 - Erwartungen kommunizieren
- Detaillierten Ablaufplan schreiben
- Aufgabenlisten erstellen



6. Budget-Planung

- Einnahmen auflisten, wie beispielsweise:
 - Kostenpflichtige Tickets der Teilnehmer,
 - Einnahmen von Ausstellern oder Sponsoren,
 - Live-Auktionen oder
 - Live-Verkauf von Produkten oder Services
- Ausgaben auflisten, wie beispielsweise:
 - Die Event- oder Messe-Plattform,
 - Werbeanzeigen und Co.,
 - Ein professionelles E-Mail-Marketing-Tool,
 - Eine Lösung für Dein Teilnehmermanagement,
 - Veranstaltungstechnik bzw. ein Studio, aus dem Du senden möchtest,
 - Eine Videokonferenz-Lösung,
 - Live-Streaming-Plattform,
 - Hosting der on-demand Vorträge,
 - Honorare für Ablauf-Regisseure, Referenten, Moderatoren und DJs,
 - Reale Geschenkeboxen,
 - Gebühren für Zahlungsdienstleister,
 - GEMA, KSK und ähnliche Gebühren
- Budget-Puffer einplanen
- Budget regelmäßig überwachen

7. Passende Technologie für die digitale Veranstaltung wählen



- Wichtige Funktionen, wie beispielsweise
 - Landingpage
 - Registrierung bzw. Ticketing
 - Übertragung von Video – live, simu-live oder on-demand
 - Interaktionstools für Q&As, Votings und mehr
 - Networkingtools für Text- und Videochats
 - Match-Makingtools, welche basierend auf den Interessen Deiner Teilnehmer diese miteinander vernetzen – zufällig oder kalenderbasiert
 - Supportfunktionen
 - Kollaborationstools, damit die Teilnehmer auf Whiteboards & Co. gemeinsam virtuell arbeiten können
- Event-App
 - Informationen Deiner Aussteller streuen,
 - Deinen Sponsoren und Ausstellern Sichtbarkeit verschaffen,
 - Networking unter den Teilnehmern aber auch zwischen Teilnehmern und Ausstellern ermöglichen und
 - Live-Umfragen durchführen
- Tools kombinieren
- Datensicherheit beachten
- Benutzerfreundliche Oberfläche wählen

8. Referenten und einen Haupt-Referenten bestimmen



- Finde die richtigen Sprecher für Deine Veranstaltung
 - Denke an Deine Zielgruppe und deren Interessen
 - Vertragliche Regelungen vornehmen
- Bezug zur digitalen Veranstaltung
- Referenzen prüfen
- Branche beobachten

9. Virtuellen Pausen gestalten und für Entertainment sorgen



- Sponsoren finden, für beispielsweise
 - Gewinnspiele
 - Bauchbinden
- Vertragliche Regelungen vornehmen

10. Marketing für die digitale Veranstaltung

- Marketingplan erstellen

- Wie erfahren die Teilnehmer von der Veranstaltung?
- Welche Kanäle sollen genutzt werden?
- Wie lange vorher wird das virtuelle Event beworben?
- Welche Kosten entstehen durch Werbeaktivitäten?
- Namen für die digitale Veranstaltung finden
- Event-Website und Social-Media-Präsenz aufbauen

11. Für die Veranstaltung aktiv werben

- Marketing auf den gewählten Kanälen betreiben

ca. 2 Monate vorher

12. Zeiten Prüfen und bestätigen

ca. 1 Monat vorher

13. Rechnungen und Budget prüfen

14. Dresscode bestimmen und kommunizieren

15. Testläufe

- Technik überprüfen
 - Alles funktionstüchtig (Log-In ...)
 - Zugriffsrechte
- Sicherheit vor der Kamera bei Referenten und Moderatoren
- Verbleibende Zeit für mögliche Ersatzteile oder zusätzliche Anschaffungen
- Referenten-Briefing

ca. 1 Woche vorher

16. Finale Vorbereitungen

- Prüfen Sie noch einmal, alle eingesetzten Tools und stellen Sie sicher, dass alle Beteiligten auf dem aktuellsten Stand sind (Updates etc.)
- Aufgabenliste durch gehen und prüfe, ob wirklich alles erledigt ist
- Erinnerungs-E-Mail an alle Teilnehmer, an Sponsoren, Aussteller, Referenten und Moderatoren senden

1 Tag vorher

17. Tag des Events

Endlich ist es soweit! Der große Tag ist gekommen.

Genießen Sie ihn – auch wenn Sie bestimmt recht aufgeregt sind!

- Streaming rechtzeitig vor virtueller Veranstaltung starten
 - Geräte und Netzwerk werden noch einmal überprüfen
 - Funktioniert das Internet einwandfrei?
 - Ist das Mikrofon einsatzbereit?
 - Können alle Teilnehmer stumm geschaltet werden und dies auch wieder aufheben?
- Kurz vor dem virtuellen Event kann ruhig noch eine letzte Erinnerungs-E-Mail an die angemeldeten Teilnehmer gesendet werden
- Nicht vergessen: Am Ende Feedback der Teilnehmer einholen!

Ab jetzt läuft alles nach Plan - Viel Erfolg!

Übrigens kann schon heute der Termin der Folgeveranstaltung bekannt gegeben werden - Mit einem Anreiz, zum Beispiel einem zeitlich befristeten Rabattcode für die diesjährigen Teilnehmer generieren Sie außerdem gleich Anmeldungen fürs nächste Jahr!

18. Nach dem Event

- Bedanken Sie sich bei allen, die das virtuelle Event möglich gemacht haben
- Vollständigkeit aller abgelegten Materialien prüfen
- Versand von Aufzeichnungen, Präsentationen und Infomaterialien
 - Senden Sie ein paar Highlights von Deiner Veranstaltung an diejenigen, die nicht teilnehmen konnten (Wenn technisch möglich)
- Follow-up konkreter Anfragen und Leads, Terminvereinbarungen
- Sammle Feedback ein – intern und extern
 - Präsentierenden / Moderatoren / Mitwirkenden
- Überprüfe der Veranstaltungsziele
 - Haben Sie diese erreicht?
 - Falls nein, warum nicht?
- Auswertungen
 - Budget-Check
 - Berechne ROI – hat sich alles finanziell gelohnt?
 - Vergleichen Sie das Budget mit den tatsächlichen Einnahmen und Ausgaben
 - Wie erfolgreich waren Sie in diesem Aspekt?
 - Was müsstest künftig verbessert werden?
 - Manöverkritik im Team
 - Feedback-Auswertung der Teilnehmer und Mitwirkenden
 - Prüfung der Zielerreichung und Wirkungskontrolle

nach dem Event

