



IDEAL für Sie.
IDEAL für Kunden.
IDEAL fürs Geschäft.

Erfahrung und Kompetenz wird zu Erfolg.



www.ideal-versicherung.de

i IDEAL
Versicherung

IDEAL Kundenveranstaltungen – Darauf kommt es an!

Sie wollen Ihre Kunden bewegen – emotional und finanziell?

Wir helfen Ihnen gerne dabei!

Die Kundenveranstaltungen der IDEAL sind besondere Events, die Sie im kleineren Rahmen genauso erfolgreich veranstalten können, wie im größeren Rahmen. Gewonnen haben Sie mit einer Veranstaltung von der IDEAL aber immer. Die Frage ob und wieviel Umsatz aus dieser Veranstaltung resultiert, hängt davon ab, wieviel Zeit Sie in die Vor- und Nachbereitung investieren und wie intensiv die Beziehung zu Ihrem Kunden ist.

Eine erfolgreiche Kundenveranstaltung wird die Kundenbindung deutlich steigern. Betrachten Sie die Kundenveranstaltung daher zeitlich wie finanziell als Invest.



Berücksichtigung von Zeit- & Kostenaspekt

Zeit



Seien Sie sich klar, dass die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung Zeit kosten wird.

Je mehr Kunden an der Veranstaltung teilnehmen, desto höher der zeitliche Aufwand. Gleichzeitig steigt auch das Potenzial für mehr Umsatz, der nur mit entsprechendem Zeiteinsatz ihrerseits realisiert werden kann.

Kosten



Wieviel Werbung kostet, weiß jeder, der schon einmal eine Anzeige geschaltet hat. Bei Kundenveranstaltungen liegen wir grundsätzlich in einem sehr günstigen Rahmen.

Von Veranstaltungen, die jedoch nur unter dem „Null-Kostenaspekt“ gehalten werden sollen, ist abzuraten. Eine Veranstaltung mit 50 Personen wird – je nach Umsetzung – zwischen 200 € und 1.200 € kosten. Nach oben, gibt es wie so oft, keine Grenzen.



Eckpfeiler der Planung

Festlegung der Ziele

- ✓ Weitere Kundengewinnung
- ✓ Zielanzahl der Kundengespräche

Vorarbeit

- ✓ Auswahl der Kundenzielgruppe & Selektion
- ✓ Einladung
- ✓ Nachtelefonie der Kunden

Organisation vor Ort

- ✓ Datum
- ✓ Veranstaltungsraum
- ✓ Technik
- ✓ Catering

Nacharbeit

- ✓ Nachakquise,
- ✓ Nachtelefonie
- ✓ Persönliche Gespräche in den Folgetagen



Festlegung der Ziele – Tipps und Infos

Bestimmung der Ziele und Kundenzielgruppe

Ziele der Veranstaltung:

- Neugeschäft
- Marketing
- Förderung Image
- Positionierung als Pflegespezialist/in
- Neukundengewinnung
- Kundenfestigung

Kundenzielgruppe:

- Zielgruppe 45+ mit Partner und ggf. auch mit Kindern

Umsatzziele:

- Abhängig von Anzahl der Teilnehmer der Kundenveranstaltung, der Intensität der Kundenbeziehung und der Nacharbeit.



Vorarbeit: Kundenselektion – Tipps und Infos

Beim Thema Pflege können generationsübergreifend alle Familienmitglieder angesprochen werden, da im Pflegefall auch die ganze Familie betroffen sein wird.

Ebenfalls denkbar und sinnvoll wäre eine Selektion von vermögenden Kunden. Hier würde sich die Kundenargumentation auf die Sicherung der Vermögensanlagen konzentrieren, was sich von den klassischen Argumenten der Normalkunden unterscheidet.



Organisation vor Ort: Veranstaltungsraum – Tipps und Infos

Hotels

Wir können aus der Vergangenheit keine Hotels empfehlen. Die Raummieten sind sehr hoch und die Hotels rechnen zusätzlich Tagungspauschalen, Kosten für Tagungstechnik sowie für Catering ab. Hierdurch steigern Sie den finanziellen Aufwand enorm.

Landgasthöfe

Hier fehlt es oft an einer Projektionswand, da die Wände meist farbig gestaltet sind. Als Alternative kann eine mobile, dem Raum angemessene Projektionswand aufgebaut werden. Weiterhin ist darauf zu achten, dass der Raum separiert vom normalen Gaststättenbetrieb liegt.

Pflegeeinrichtungen

Als Alternative können wir für Veranstaltungen mit Pflege Themen auch Pflegeeinrichtungen empfehlen. Diese haben sehr gut ausgestaltete Veranstaltungsräume und können auch das Catering mit anbieten. Und wenn der Betreiber gegebenenfalls zu Beginn der Veranstaltung ein kurzes Grußwort sagen darf, sind viele Betreiber sogar bereit, das Catering kostenlos zu stellen.

Was die Pflegeheimbetreiber auf gar keinen Fall dulden, sind Verkaufsveranstaltungen! Daher sollten Sie gleich zu Beginn darauf hinweisen, dass es sich um eine reine Informationsveranstaltung zum Thema Pflege handelt. Es werden keine Produkte im Rahmen der Veranstaltung vorgestellt.

Kino

Kinos bieten eine besondere attraktive Form für Kundenveranstaltungen. Wo lassen sich Emotionen besser übertragen als in einem Kino?

Ein kleiner Kinosaal (140 Pers.) ist für eine Raumgebühr von knapp 300 € zu mieten, zzgl. ca. 120 € für Technik und Betreuung. Je Kunde kommt dann noch der Ticketpreis von ca. 10 € hinzu. Sprechen Sie mit dem Kinobetreiber noch einen vernünftigen Preis für Popcorn ab, dann haben Sie einen gelungenen Abend für ca. 1.200 € / 24 € pro Person bei 50 Personen.

Achten Sie bitte darauf, dass für den Referenten im Vorfeld des Films eine kleine Bühne gibt oder ein Podest gestellt werden kann. Ebenso wird eine Mikrofonanlage und die Möglichkeit benötigt, eine Präsentation auf der Leinwand parallel zum Vortrag zu zeigen.



Organisation vor Ort: Technik – Tipps und Infos

Bedenken Sie bitte, dass ab einer Größe von ca. 70–80 Personen eine Mikrofonanlage wichtig wird.

In Pflegeeinrichtungen ist diese meist standardmäßig vorhanden. Benötigt wird eine weiße Projektionswand. Beamer hingegen gehören zum Handgepäck unserer Referenten. Wichtig ist ebenfalls, dass Sie bedenken, dass zwischen Beamer und Leinwand mind. 3 m liegen.



Organisation vor Ort: Catering – Tipps und Infos

Unserer Meinung nach sollte kein Kunde wegen des Caterings zur Veranstaltung kommen, denn dann haben Sie etwas falsch gemacht. Der „Normalkunde“ freut sich über ein Getränk und wenn dort pro Kunde als Catering zwei bis drei halbe belegte frische Brötchen stehen, ist das völlig ausreichend und sehr bodenständig.

Der gehobene Kunde freut sich natürlich auch über ein gehobenes Catering. Grundsätzlich ist darauf zu achten, dass das Catering immer dem Kundenkreis angemessen sein sollte und dass letztlich durch den Umsatz nach der Veranstaltung diese Kosten auch wieder aufgefangen werden.

Kleiner Tipp zum Nachdenken: Die Kunden, die am meisten essen, machen oftmals den geringsten Umsatz.



Nacharbeit – Tipps und Infos

Die Nacharbeit – Nachtelefonie und Terminvereinbarungen müssen **unmittelbar nach der Veranstaltung** beginnen. Dafür die Nacharbeit erhalten Sie von uns eine Liste mit allen Teilnehmerdaten.



Onlineveranstaltungen

Dieses Format der Veranstaltung gewinnt weiter zunehmend an Bedeutung. Vorbereitungszeit und Kosten sind verhältnismäßig gering. Emotionen in „Live“ werden deutlich besser übertragen, somit muss dieser Punkt durch eine noch intensivere Vor- und Nacharbeit bei Onlineveranstaltungen Ihrerseits unbedingt ausgeglichen werden.

Vorbereitung

Lassen Sie den Kunden, die für Ihre Veranstaltung zugesagt haben, ein Vorab-Paket zukommen. Der Inhalt könnte neben einem kleinen Anschreiben zum Beispiel eine Piccolo-Flasche Sekt und Knabbereien oder Schokolade sein. Dies trägt enorm zur Terminverbindlichkeit der Kunden bei, die gerade bei Onlineveranstaltungen sonst sehr tagesabhängig ist.

Durchführung und Technik

Wir stellen und organisieren die komplette Veranstaltungstechnik. Für die Teilnahme Ihrerseits benötigen Sie einen normaler PC mit freiem Internetzugang, Kamera sowie Mikrofon und Lautsprecher (Alternativ Headset).

Hintergrund

Überlegen Sie sich vorab, welchen Hintergrund Sie wählen, wenn wir Sie live für die Eröffnung der Veranstaltung „ins Bild holen“. Das wirkt gegenüber den Kunden professionell und souverän.

Licht

Die meisten Veranstaltungen finden abends statt. Sind die Lichtverhältnisse dunkel, nimmt der Kunde Sie nur noch als schwarzen Schatten wahr. Somit testen Sie Kamera und Lichtverhältnisse einige Tage vorher am Abend. Spezielle Ringlampen können Sie für einen günstigen Betrag im Internet kaufen und rücken sich damit in ein gutes Licht. Klassische Lichtquellen hingegen erzeugen häufig ein Flackern im Bild.

Ihre Position

Unser Tipp – stellen Sie sich und positionieren Sie Ihre Kamera entsprechend. Sie haben damit eine authentische und professionelle Wirkung auf Ihre Zuhörer.

Tech-Check

Einige Tage vor Veranstaltung testen wir mit Ihnen gemeinsam die Technik. Bei dieser Gelegenheit können wir Ihnen weitere Fragen beantworten und Tipps an die Hand geben, damit Ihre Onlineveranstaltung ein voller Erfolg wird!

Nacharbeit

Nachtelefonie und Terminvereinbarungen müssen, wie bei der Präsenzveranstaltung auch, unmittelbar nach der Veranstaltung beginnen. Dafür erhalten Sie von uns eine Liste mit allen Teilnehmer-Kontaktdaten.



Konzepterstellung rund um die Veranstaltung

Ihr Part

- ✓ **Eröffnung der Veranstaltung:** Was wollen Sie zur Eröffnung der Veranstaltung Ihren Kunden sagen? Welche Botschaft wollen Sie vermitteln?
- ✓ **Veranstaltungs- und Präsentationstitel:** Bei der Auswahl des Titels sollten Sie bitte folgendes bedenken: Ein Titel soll auffallen und Emotionen wecken. Titel wie Pflegeveranstaltung“ oder „Neues zur Pflege“ werden als weniger interessant wahrgenommen. Unter anderem schlagen wir folgende Titel vor: „Patientenverfügung, Vollmacht, Pflegefall: Sind Sie sicher, für schwerwiegende Lebenssituationen gut gerüstet zu sein?“
- ✓ **Ende der Veranstaltung:** Die meisten Vertriebspartner bereiten den Anfang sehr gut vor, vergessen jedoch die abschließenden Worte. Aber gerade das Ende bleibt „im Kopf“. Hier sollte eine Handlungsaufforderung an die Teilnehmer erfolgen. Folgende Fragen sollten Sie beantworten können: Was sollten meine Kunden jetzt konkret tun und warum? Warum bin ich der perfekte Problemlöser in diesem Fall?

Einbindung eines weiteren Referenten:

Gerne binden wir einen weiteren Referenten mit in die Veranstaltung ein. Folgende vier Punkte müssen dabei jedoch unbedingt beachtet werden: Wer referiert wie lange zu welchen Inhalten? (Vermeidung von Überschneidungen) Passt die Kernaussage des Vortrages des zweiten Referenten zum Konzept? Kann eine professionelle Präsentation zwei Wochen vorab geliefert werden? Ist der vorgesehene Redner rhetorisch und inhaltlich eine Bereicherung für Ihre Veranstaltung?

Wir bieten Ihnen an, diese Punkte direkt mit dem ggf. vorgesehenen zweiten Referenten zu klären. **Sofern Sie sich nicht sicher sind, laden Sie bitte keinen zweiten Hauptredner mit ein.** Wir decken alle angesprochenen Themen in hoher Qualität und aus einer Hand ab. Sofern Sie jedoch einen passenden zweiten Redner gefunden haben, freuen wir uns auf die Zusammenarbeit!

Der IDEALe Partner für Ihre Kundenveranstaltung



/idealversicherung



@ideal_versicherung



IDEAL Versicherungsgruppe



/pages/ideallebensversicherunga-g



/company/ideal-lebensversicherung-a-g-



www.ideal-versicherung.de
www.universallife.de

 **IDEAL**
Versicherung