

Erlebnis- und ereignisorientierte Marketingstrategien

Worum geht es?

- ▶ Below-the-line-Marketingmaßnahmen
- ▶ Live-Marketing
- ▶ Direkte Wirtschafts-Kommunikation
- ▶ Experiential Marketing
- ▶ Markeninszenierungen

Also Kommunikationsmaßnahmen, die nicht nur angesehen, sondern mit allen Sinnen wahrgenommen werden können.

Was ist "Experiential Marketing"?

- ▶ "Experiential" ← "Experience" = Erlebnis
- ▶ Marken werden in Szene gesetzt = Markeninszenierung
- ▶ "face-to-face"
- ▶ Gestaltete Räume + gestaltete Zeit = spürbare Markenerlebnisse

Also die Marke als Erfahrung und Erlebnis, zur Wahrnehmung mit allen Sinnen.

Wie können Messe- und Event-Auftritte das erreichen?

"Match-making" Funktion:

- ▶ Ziele und Erwartungen der Besucher
- ↓ ↑
- ▶ Ziele des Veranstalters - Ausstellers
- ↓ ↑
- ▶ Ziele des Verkäufers / des Vertriebs

Messen und Events werden gerade wegen ihres Erlebnis- und Ereignis-Charakters besucht. Ihr Publikum ist aufnahmebereit und will mit erlebnis- und ereignisorientierten Auftritten "abgeholt" werden.