

Menschen machen Märkte

Wie engagierte Akteure und passgenaue Angebote Event-Destinationen erfolgreich positionieren

Kongressbüros, Partner, Dienstleister und Entscheidungsträger im Fokus

Andreas Grunzky

Geschäftsführer

BEEFTEA group GmbH



EXPERTISE/HERKUNFT



Eventagentur



Flughafen Tempelhof



Kabelwerk Berlin



Schloss Schönhausen



Eiswerder Berlin



Drei Erfolgsfaktoren



Produkt

Vom Anbieter zum Lösungsanbieter werden



Mensch

Sympathie, Empathie und Kompetenz
Kompetenz als Schlüssel



Markt

Bedürfnisse erkennen und flexibel reagieren



PRODUKT

PRODUKT



PRODUKT

Wir sind austauschbar. Haben kein Patent

Schaffen Sie eine klare Diversifizierung
vom Wettbewerb

Vom Anbieter zum Lösungsanbieter

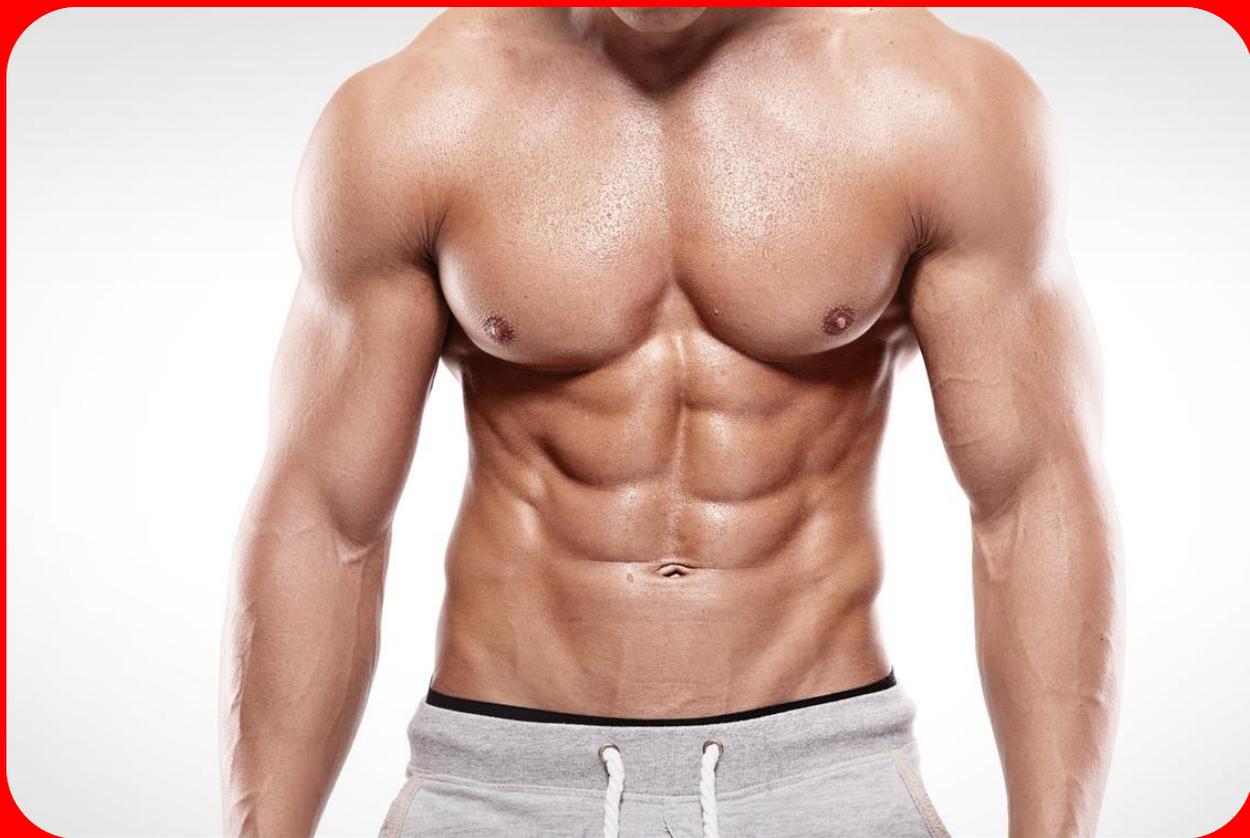
Richten Sie Ihr Produkt an Bedürfnissen des Marktes aus

Der Köder muss dem Fisch und nicht dem Angler schmecken

PRODUKT

LOVE

Schaffen Sie kontinuierliche Sichtbarkeit



Schaffen Sie leicht erreichbare Touch points im Web

Schnell auffindbare Informationen

- Transparente Preise
- Kapazitäten auf einen Blick
- Verfügbarkeiten leicht prüfbar

Kontaktmöglichkeiten

- Direktanfrage-Funktion
- Live-Chat Option
- Prominente Telefonnummer

MARKT



Zusammenarbeit stärkt Destinationen

Crowd Power nutzen

Gemeinsam stärker als Einzelkämpfer

Ressourcen bündeln für bessere Marktposition

Zusammenschlüsse bieten Mehrwert für alle Beteiligten

Netzwerkeffekte

Synergien zwischen Partnern schaffen

Gegenseitige Empfehlungen als Multiplikator

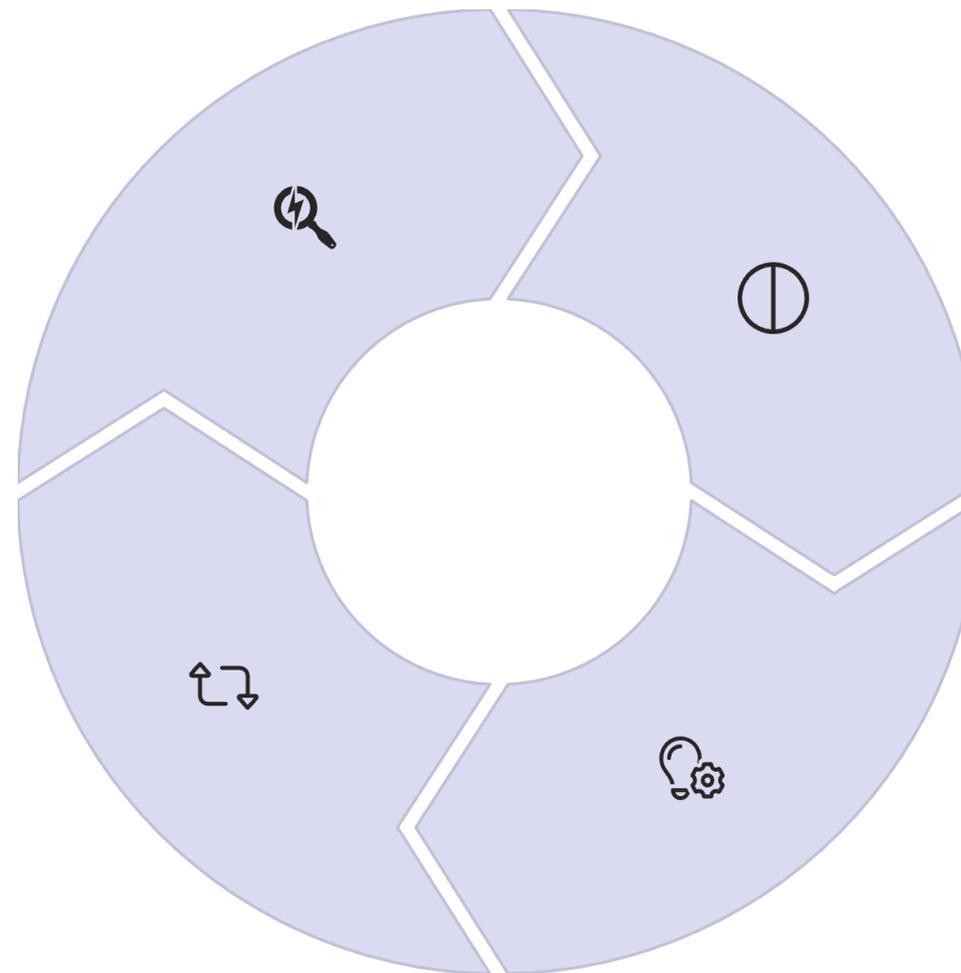
Markt – verstehen und reagieren

Bedürfnisse analysieren

Kontinuierliche Marktbeobachtung und
und Kundenbefragung

Neuausrichtung

Bestehende Angebote regelmäßig
hinterfragen



Anpassungsfähigkeit

Flexibel auf veränderte Anforderungen
reagieren

Innovation

Beispiel: Hangar 11-9 während Corona
umfunktioniert

MENSCH



Mensch

Der Mensch macht den Unterschied

Human Investment

Wichtigster Erfolgsfaktor für
Destinationen

Erfahrungen teilen

Competition Check zur
Wettbewerbsanalyse nutzen

Ressourcen für Kontakt

Zeit für persönliche Kundengespräche freihalten

Sympathie, Empathie und Kompetenz als Erfolgsgaranten



Kundentypen verstehen



Käufertypen identifizieren

Unterschiedliche Kommunikationspräferenzen erkennen



CRM-System nutzen

Persönliche Ansprache bei jedem Kontakt



Beziehung aufbauen

Erst geben, dann nehmen als Grundprinzip

Reaktionsschnelligkeit entscheidet

Schnelle Erstreaktion

Innerhalb weniger Stunden auf Anfragen antworten

Passgenaues Angebot

Individuell auf Kundenbedürfnisse zugeschnitten

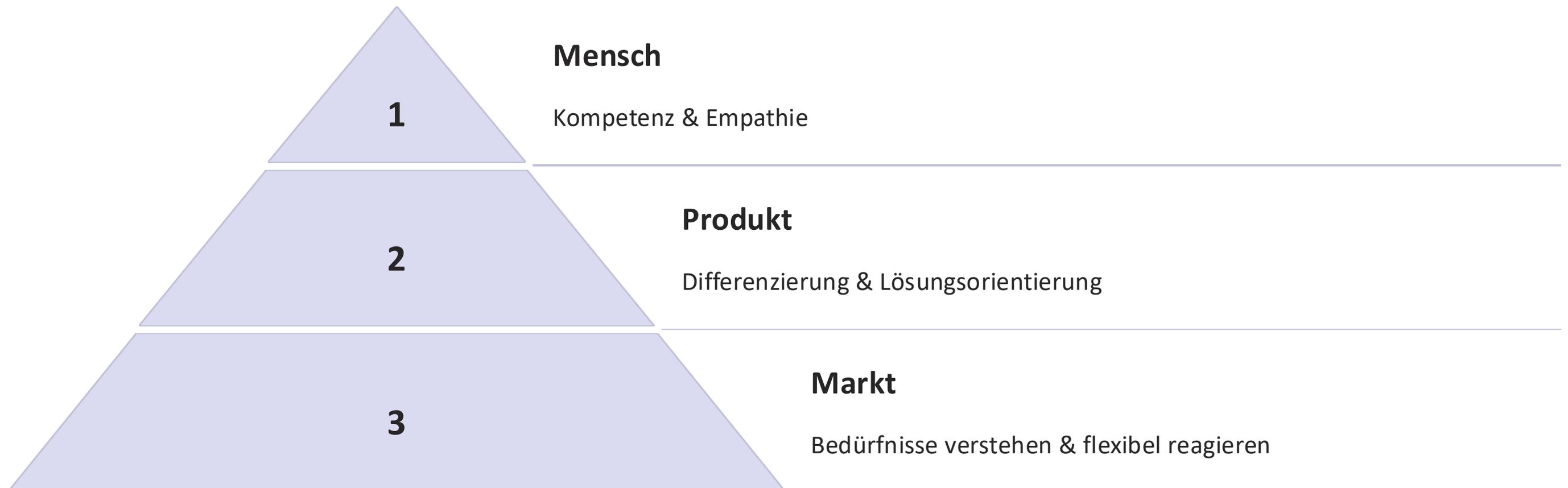
Konsequentes Follow-up

Zeit für Nachfassen einplanen

Wettbewerbsteilnehmer erfragen und eigenen Mehrwert herausstellen



Ihr Erfolgsrezept



Nicht die Destination allein, sondern die Menschen dahinter machen den entscheidenden Unterschied.

Vielen Dank



Andreas Grunzky

Geschäftsführer

BEEFTE group GmbH