

Motivation von Besuchern zur Teilnahme an Business Events

Eine empirische Studie von congruet



„Während der Vorträge auf Tagungen und Kongressen wird zwar Wissen vermittelt, echte Kommunikation mit wirklich interessanten Gesprächen und der Möglichkeit, die anderen Kongressteilnehmer kennenzulernen, findet jedoch nur in den Pausen statt.“

(Prof. Samy Molcho)

Motivation von Besuchern zur Teilnahme an Business Events

Eine empirische Studie von congreest



Inhalt

Präambel	1
Die fünf wichtigsten Ergebnisse	2
Die Ergebnisse im Detail	3
Fazit	19
Interview mit Alexander Krapp, Gründer von congre ^{est}	20
Was ist congre ^{est} easy networking?	22
Über congre ^{est}	23

Präambel

Warum gehen Menschen auf Business Events?

Ist es das Thema, das berühmte „kostenlose Essen“ oder sind es doch die Menschen?

Entdecken Sie beim Lesen dieser Studie was Ihre Teilnehmer antreibt und was Sie tun können, um Ihre Eventbesucher zu unterstützen und zu langfristigen Kunden zu machen.

Beziehungen schaden nur dem, der keine hat. Die Vernetzung von Menschen – neudeutsch „Networking“ – wird auf Business Events von Jahr zu Jahr wichtiger. Networking ist mit einer der Hauptgründe an Events, Kongressen und Veranstaltungen teilzunehmen.

Der Gedanke daran, in einem Raum voll fremder Menschen zu sein, kann jede Menge Stress und Unbehagen auslösen. Kontaktscheue Menschen tun sich nicht leicht mit Offenheit und Neugierde auf neue, unbekannte Personen zuzugehen. Hier müssen die Veranstalter Mittel und Wege finden, um ein Umfeld zu schaffen, in dem erfolgreiches Networking möglich ist. Ist die Veranstaltung mit diesen Aspekten geplant, werden die Teilnehmer und Aussteller ganz von allein miteinander interagieren, Kontakte knüpfen und so vom Networking und dem Event profitieren.

Der Mehrwert durch die Vernetzungsmöglichkeit und die dadurch begünstigte, innovative Veranstaltung generiert eine sehr hohe Zufriedenheit bei den Teilnehmern und schafft mehr wiederkehrende Besucher.

Wir haben im Zeitraum Juni und Juli 214 Besucher diverser B2B Events per Online-Umfrage zu Motivation und Interessen für die Teilnahme befragt. Speziell die Beziehungen der Teilnehmer untereinander, die Position der Befragten und das Networking haben uns interessiert.

Wir wollten die Bedürfnisse der Besucher von B2B Events in ihrer Eigenschaft als Kunden der Veranstalter besser verstehen. Mit den Ergebnissen wollten wir die Anforderungen an eine optimale digitale Strategie für die Teilnehmerbindung analysieren.

Veranstaltungen – und hier speziell B2B Events – haben sich zu einer veritablen Industrie entwickelt. Laut „Meeting- & Event Barometer 2016/2017“ (Gemeinschaft Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. und GCB German Convention Bureau e.V.) haben im Jahr 2016 in Deutschland 3,02 Millionen Veranstaltungen mit 394 Millionen Teilnehmern stattgefunden.

Das Ergebnis unserer Umfrage, eine empirische Studie zum Thema „Motivation von Besuchern zur Teilnahme an Business Events“, präsentieren wir Ihnen auf den nächsten Seiten. Zur Verbesserung der Lesbarkeit haben wir bei allen personenbezogenen Bezeichnungen neutrale bzw. männliche Formen gewählt. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Ihr congreest Team

Oktober 2017

Die fünf wichtigsten Ergebnisse

1 Neue, interessante Kontakte zu knüpfen ist für 90% der Grund, B2B Events zu besuchen.

Für 88% ist der Content einer Business Veranstaltung wichtig bis sehr wichtig. **2**

3 94% empfehlen eine Veranstaltung weiter, wenn sie zufrieden waren.

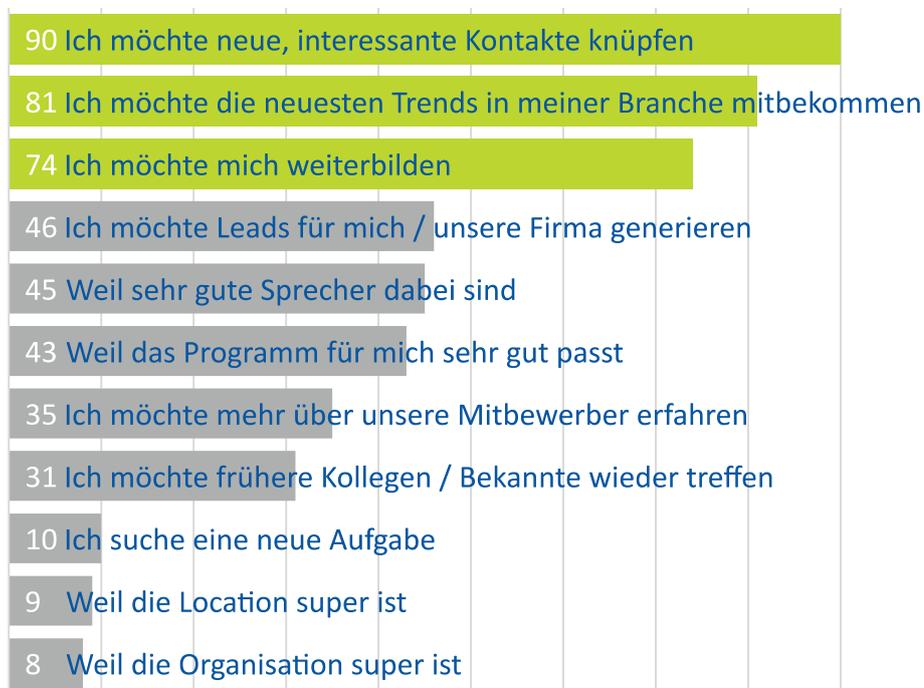
54% der Befragten besuchen im Schnitt 2-5 Business Events pro Jahr. **4**

5 45 % hätten gerne eine App, um auf Business Events mit anderen Teilnehmern in Kontakt zu treten.

Die Ergebnisse im Detail

Warum werden B2B Events besucht?

Sofort kommt einem in den Sinn, dass Fachkongresse und Business Events vor allem besucht werden, um neue Entwicklungen oder Trends zu erfahren oder sich weiterzubilden. In unserer Umfrage wurde aber mit 90% der Punkt „neue und interessante Kontakte knüpfen“ genannt und landete somit auf Platz eins. Mit 81% belegte „Ich möchte die neuesten Entwicklungen / Trends in meiner Branche mitbekommen“ Platz zwei. Die Weiterbildung ist mit 74% Dritter. Der Vierte (Leads besorgen) liegt dann schon bei 46% (Mehrfachnennungen waren möglich).

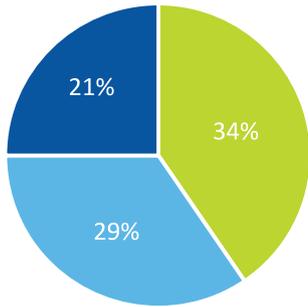


Dies ist nur auf den ersten Blick erstaunlich. Natürlich ist die Fachinformation ein wichtiger Aspekt von Business Events. In Zeiten des Internets und scheinbar unerschöpflich online verfügbarer Inhalte treten die Informationen gegenüber dem Networking etwas zurück. Interessante Menschen kennenzulernen, die auch das eigene berufliche Netzwerk erweitern können. Das ist es, was die Besucher aktuell interessiert.

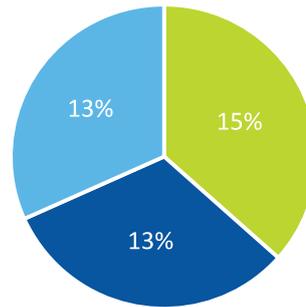
Hauptmotivation der Event-Besucher nach Positionen

Schlüsselt man die jeweils ersten drei Plätze nach den Positionen der Befragten auf, dann landet bei den Angestellten „Ich möchte mich weiterbilden“ auf Platz eins, bei den andern drei Gruppen jeweils „Ich möchte neue, interessante Kontakte knüpfen“.

Geschäftsführer / Unternehmer

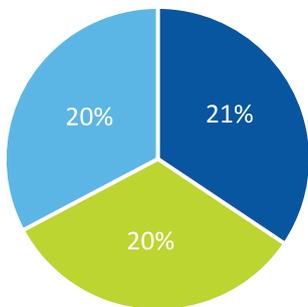


Leitende Angestellte

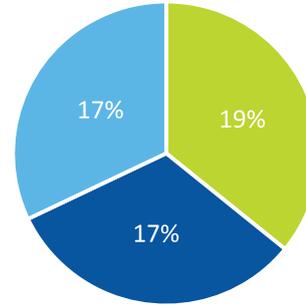


- Ich möchte neue, interessante Kontakte knüpfen
- Ich möchte mich weiterbilden
- Ich möchte die neuesten Entwicklungen / Trends in meiner Branche mitbekommen

Angestellte



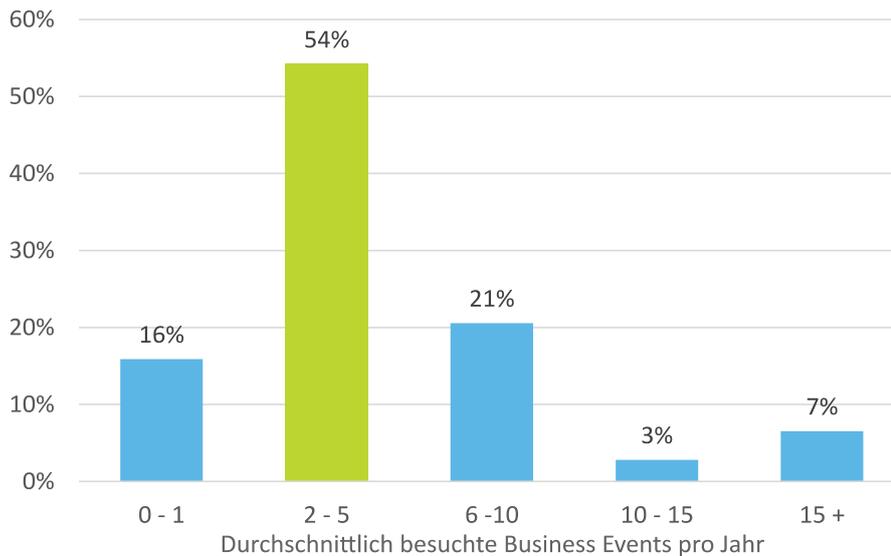
Freiberufler



Wir meinen, dass vielfach Veranstalter dieser Tatsache noch nicht genug Rechnung tragen. Punkte wie „Location“, der in der Umfrage auf dem vorletzten Platz landete, oder Organisation sind wichtige Grundvoraussetzungen. Attraktiver wird aber ein Event, wenn der Veranstalter, neben fachlichen Aspekten, zusätzlich dem zielgerichteten Networking eine Plattform bietet. Dies kann z.B. durch spezielle Veranstaltungsformate, die die Menschen besser vernetzen, oder die Unterstützung mittels intelligenter Tools auf dem Smartphone geschehen. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Möglichkeit für eine einfache Verknüpfung der Teilnehmer bereits im Vorfeld der Veranstaltung.

Wie viele Business Events werden von den Befragten pro Jahr besucht?

54% der Befragten besuchen 2-5 Business Events pro Jahr. Der Großteil der Befragten besucht somit durchschnittlich weniger als einen Business Event pro Monat.

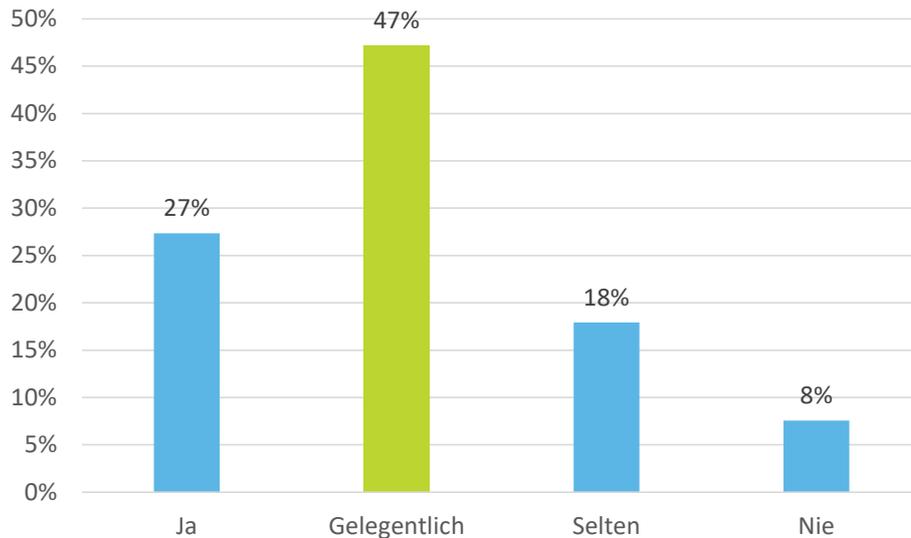


Betrachtet man die Frequenz der Business Event Besuche im Jahr und berücksichtigt man, dass nicht jeder über die soziale Kompetenz verfügt, Menschen anzusprechen, wird deutlich, dass es schwierig ist, zu erkennen, ob Veranstaltungsbesucher für das eigene Business Netzwerk wertvoll sind.

Es ist naheliegend, dass viele Teilnehmer an Business Events Unterstützung benötigen, die richtigen (interessanten) Gesprächspartner zu finden.

Wie oft werden regelmäßig stattfindende Events besucht?

Nur 27% der Befragten besuchen Veranstaltungen, die ihnen Mehrwert bringen, regelmäßig. Es lohnt sich also für Veranstalter Maßnahmen zu ergreifen, die Besucher zu Stammkunden machen. Hier schlummert noch ein erhebliches Potenzial für die Veranstalter.



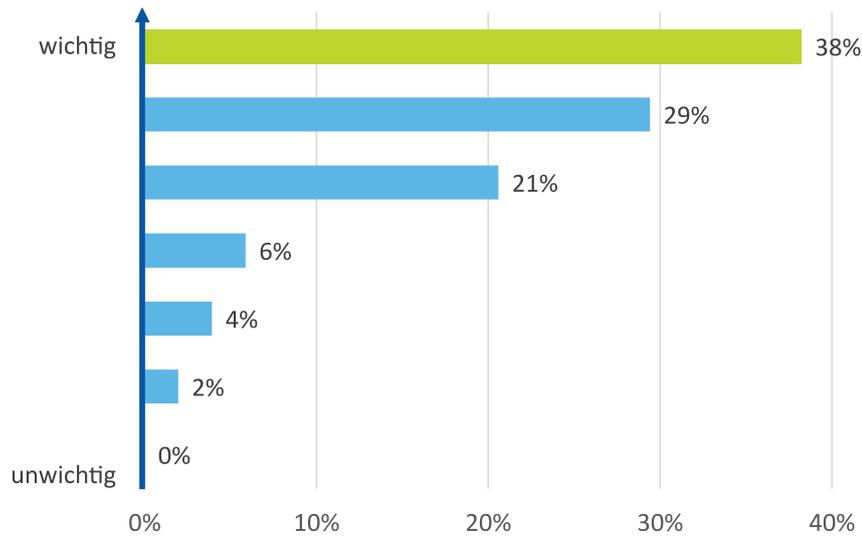
Betrachtet man, speziell bei den gelegentlich wiederkehrenden Besuchern, die Gründe für den Besuch von Events, so zeigt sich, dass hier der Wunsch interessante Kontakte zu knüpfen sogar noch stärker ausgeprägt ist (96%) als im Durchschnitt (90%) aller Befragten.

Das bedeutet, dass für nahezu jeden, der eine Veranstaltungsreihe öfters besucht, das Kennenlernen interessanter Kontakte an erster Stelle steht!

Wer seinen Teilnehmern diesen Mehrwert bieten kann, indem er die Kontaktaufnahme mit interessanten Besuchern schon im Vorfeld erleichtert, hat damit einen wichtigen Baustein in einer Strategie für „wiederkehrende Besucher“ geschaffen.

Wie wichtig ist der Content einer Veranstaltung?

Bei dieser Frage bewerteten die Befragten, wie wichtig für sie der Content eines Business Events ist. 88% bewerteten den Inhalt als wichtig bis sehr wichtig. Das bedeutet, dass das Thema einer Veranstaltung für die Besucher ein wichtiger Motivationsfaktor zur Teilnahme ist.



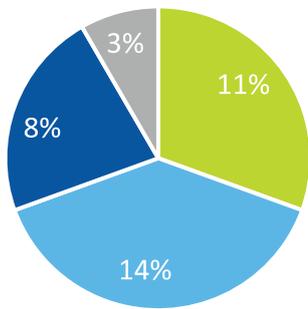
Sich beruflich wichtige Informationen zu besorgen ist heute nicht mehr die Herausforderung. Über Smartphone, Tablet oder Desktop ist fast alles immer und überall erhältlich. Menschen sind in der Regel auch nicht nur an den reinen Fakten interessiert, sondern ebenso an Interpretationen und Meinungen. Und das bekommen sie bequem auf Veranstaltungen. Ein Thema führt Menschen mit ähnlichen Interessen auf Veranstaltungen, an einem Ort und zu einem definierten Zeitpunkt, zusammen. Die Hauptmotivation bleibt das Networking, weil es im Businesskontext ein Schlüssel zum beruflichen Erfolg ist.

Werden Events Freunden und Kollegen bei Zufriedenheit empfohlen?

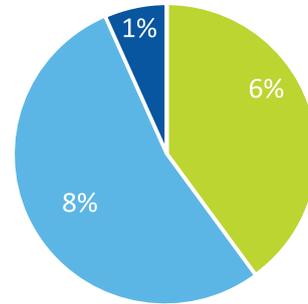
„Fast immer“ antworteten 56%, weitere 39% empfehlen manchmal. Nur 6% empfehlen selten oder nie. Teilnehmer die empfehlen sind wichtige Influencer. Es ist wichtig, dass Teilnehmer zufrieden sind, da zufriedene Teilnehmer zu insgesamt 95% Veranstaltungen weiterempfehlen.

Aus den vorhergehenden Fragen geht hervor, dass die Zufriedenheit stark mit interessanten Kontakten zusammenhängt. Die Menge der Gesprächspartner ist dabei nicht so entscheidend. Wichtig ist, die wenigen wirklich interessanten Besucher zu identifizieren und mit ihnen ins Gespräch zu kommen. Qualität vor Quantität!

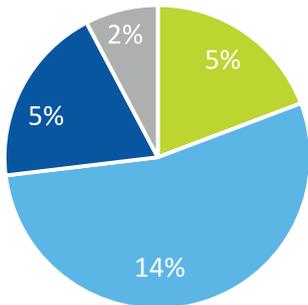
Geschäftsführer / Unternehmer



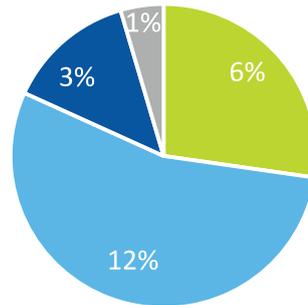
Leitende Angestellte



Angestellte



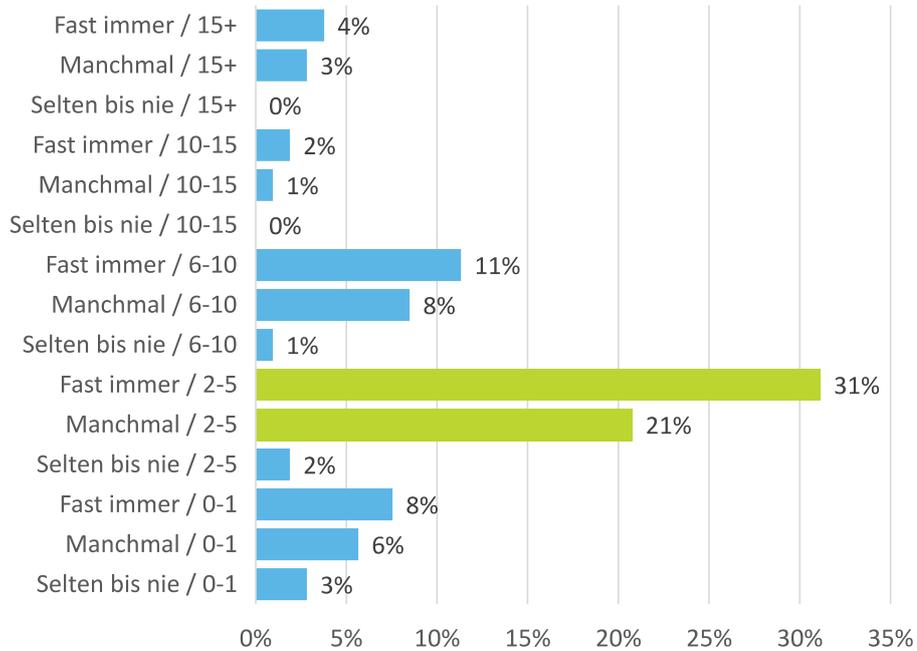
Freiberufler



Aufgeschlüsselt nach der Position der Befragten fallen von den Ja-Stimmen (ich empfehle weiter) 11% auf die Geschäftsführer / Unternehmer, auf die anderen Positionen verteilen sich jeweils 5-6%. Die „gelegentlichen Empfehlungen“ kommen zu ungefähr gleichen Anteilen (12-14%) von Geschäftsführern / Unternehmern, Freiberuflern und Angestellten.

Empfehlungshäufigkeiten nach Frequenz von Event-Besuchen

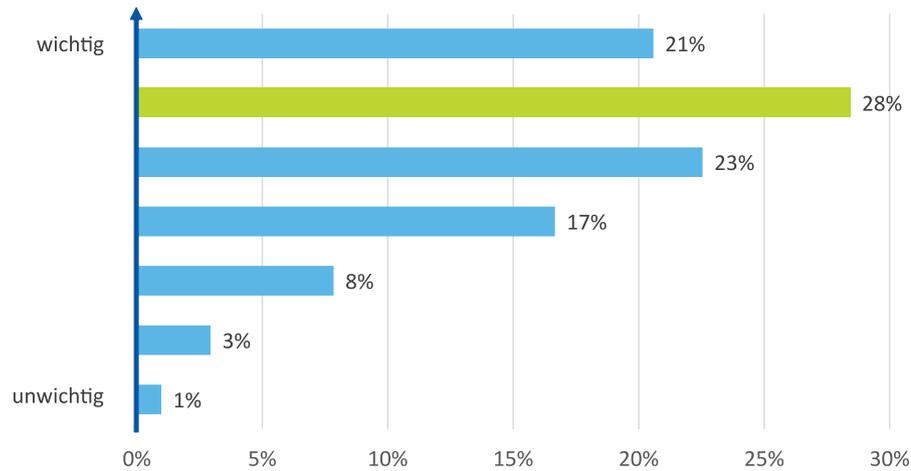
Die fleißigsten Empfehler sind diejenigen, die 2-5 Events (B2B) pro Jahr besuchen. 31% empfehlen fast immer weiter, 21% manchmal.



Wie wichtig ist es persönliche Kontakte zu pflegen?

Auch bei dieser Frage konnten die Teilnehmer der Umfrage die Wichtigkeit bewerten. Zusammen 72% der Teilnehmer gaben eine große Wichtigkeit für das Pflegen persönlicher Kontakte an. Das deckt sich mit den

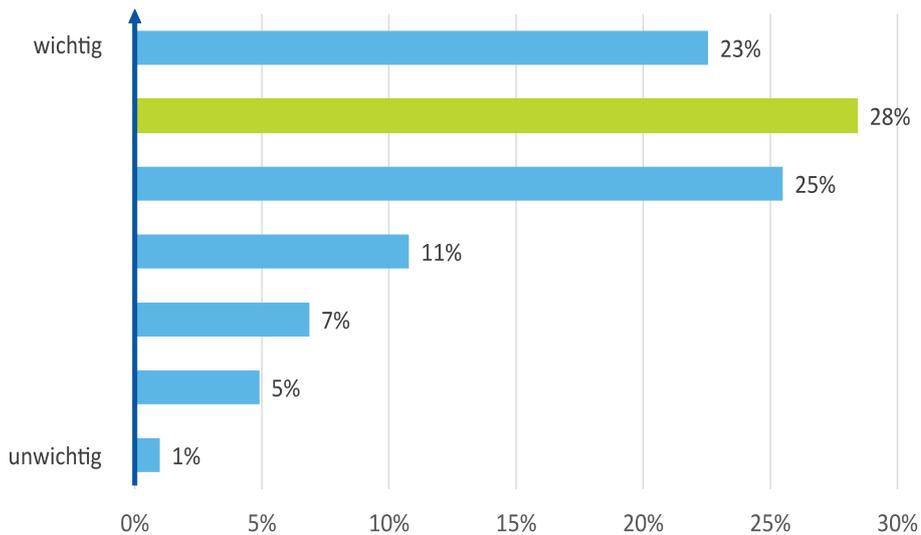
Antworten zur Frage nach den Gründen für einen Event-Besuch, bei der „Neue und interessante Kontakte knüpfen“ an erster Stelle genannt wurde.



Für insgesamt 25% der Befragten hatte das Thema „Kontakte pflegen“ mittlere Wichtigkeit. Nur für 4% war das eher unwichtig.

Wie wichtig ist es persönliche Kontakte zu generieren?

Für insgesamt 76% der Teilnehmer besitzt dieser Aspekt große Wichtigkeit. Neue und wertvolle Kontakte zu bekommen ist also eine starke Motivation ein Event zu besuchen. Für zusammen 36% hat das eine mittlere Wichtigkeit, für 6% ist es weniger wichtig.

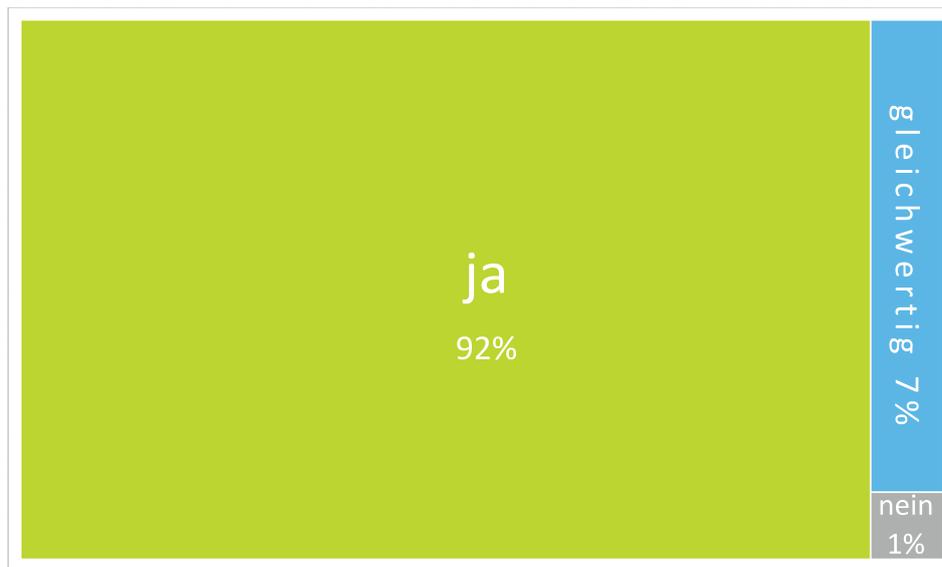


Wir empfehlen, dass der Veranstalter Wege für die Teilnehmer bereitstellt, die es erleichtern, neue, werthaltige Kontakte zu generieren. Wichtig dabei ist, dass nicht einfach Listen mit angemeldeten Teilnehmern verteilt oder veröffentlicht werden. Für einen Teilnehmer muss es möglich sein, auf Basis seiner spezifischen Interessen potentiell interessante Kontakte vorselektieren zu können. Ein spezieller „digitaler Helfer“ auf dem Smartphone wäre eine der Möglichkeiten.

Sind persönliche Kontakte wertvoller als reine Social Media Kontakte?

Ein überwältigendes Votum für die Bedeutung von persönlichen Kontakten mit 92% Ja-Stimmen. Nur 1% stimmten mit nein, 7% mit gleichwertig. Zumindest für die Gruppe der Besucher von Business Events

haben persönliche Kontakte Vorrang vor Social Media. Das hängt nicht unbedingt mit der Altersverteilung der Besucher von Business Veranstaltungen zusammen, sondern eher generell mit der Klientel von B2B Events, die eben im Schnitt fleißige Networker sind.

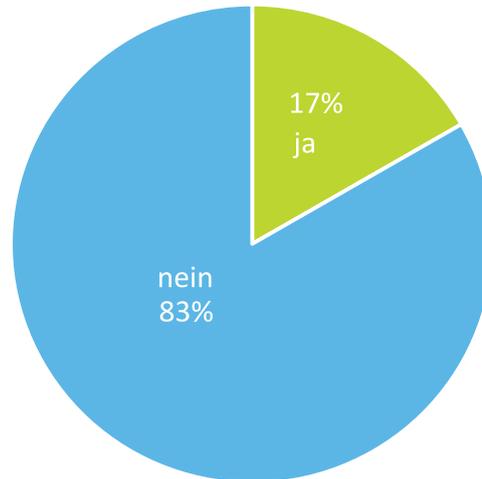


Das Ergebnis aus den Antworten auf diese Frage unterstreicht noch einmal die Wichtigkeit der Unterstützung für die persönliche Kontaktaufnahme der Teilnehmer durch den Veranstalter.

Im eigenen Unternehmen, bei Geschäftspartnern oder eben Veranstaltungen – das sind konkret die Möglichkeiten für ein Networking auf persönlicher Basis. Während man bei den ersten beiden, vor allem in der eigenen Firma, viel Zeit zum Aufbau von Kontakten hat, ist die „freie“ Zeit auf Events knapp und typischerweise auf die Pausen beschränkt. Hier braucht der Besucher eine effiziente Hilfe, die ihm genau die richtigen, wichtigen Kontakte vermittelt.

Wie viele nutzen schon eine App die im Vorfeld Kontakte vermittelt?

Nur 17% der Befragten nutzen bereits eine mobile Lösung. Diese sollte ermöglichen, schon vor dem Besuch die richtigen Besucher zu identifizieren und zu kontaktieren.

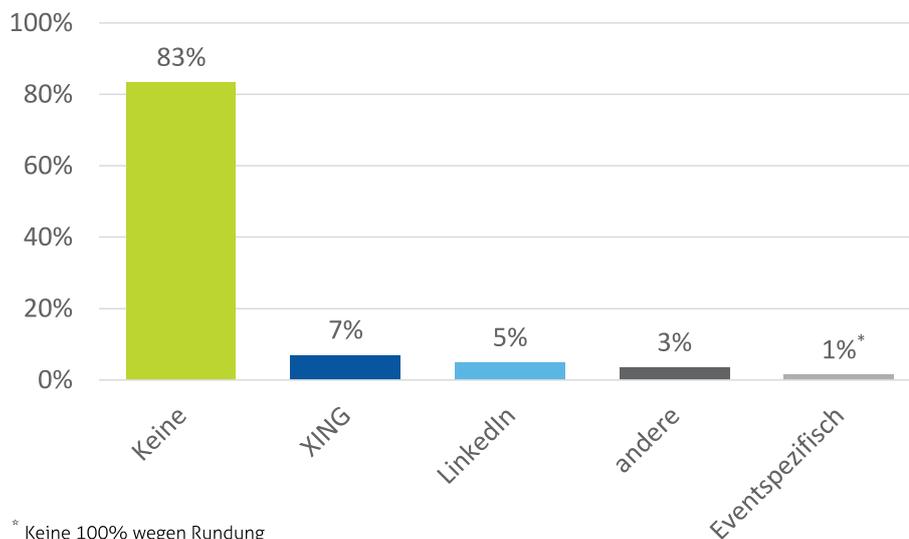


Anders als in den USA ist aber im deutschsprachigen Raum das Angebot an speziellen Lösungen, die auf Event-Teilnehmer zugeschnitten sind, noch spärlich. Veranstalter tun gut daran, schnell zu handeln und sich einen Vorsprung vor den Wettbewerbern zu sichern.

Wenn eine App genutzt wird: welche?

Von den 17%, die bereits eine Veranstaltungs-App haben, nutzen 13% die Business Netzwerke XING und LinkedIn. Nur 1% nutzen schon dedizierte Event-Apps.

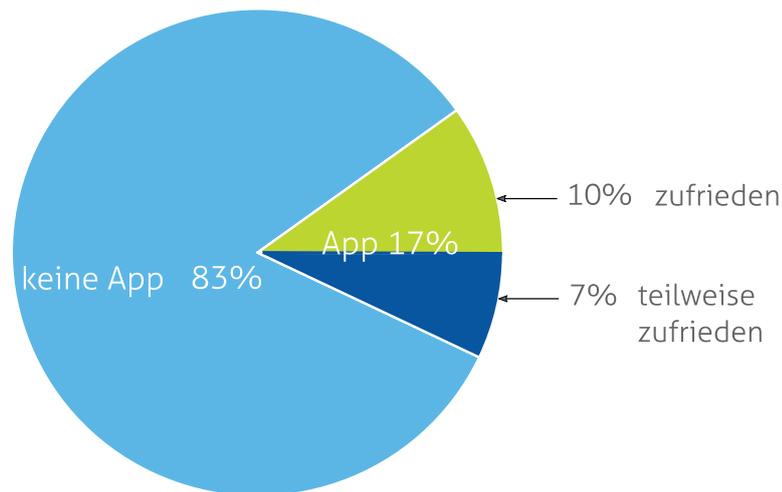
Auch wenn die absolute Zahl relativ klein ist, Xing und LinkedIn sind offensichtlich die am weitest verbreiteten Werkzeuge um andere Teilnehmer zu kontaktieren. Hierzu müssen aber alle Teilnehmer entweder bei Xing oder LinkedIn registriert sein und die Veranstaltung über diese Plattformen promoted werden. Auch sind die Profile hier die allgemeinen Businessprofile. Es können keine eventspezifischen Informationen im Profil hinzugefügt werden, ohne dass dies alle Xing oder LinkedIn Teilnehmer sehen.



Ein Thema der beiden großen Plattformen ist, dass heute fast jeder Kontakte hat, die entweder bei Xing, oder bei LinkedIn sind. Das beruht auf den unterschiedlichen Historien. LinkedIn kommt zwar aus den USA, wird aber stark international genutzt. Xing kommt aus Deutschland und ist auf D-A-CH fokussiert. Eine dedizierte App für Events, die vom Veranstalter an die Teilnehmer verteilt wird, kann hier also ganz einfach die Brücke zwischen den beiden schlagen.

Wenn eine App genutzt wird: sind sie zufrieden?

Von den 17%, die schon eine App nutzen, sind 59% zufrieden und 41% teilweise zufrieden. Das bedeutet, gerade 10% der Befragten haben schon positive Erfahrungen mit einer Event-App. Mit „nein“ hat kein Befragter geantwortet.



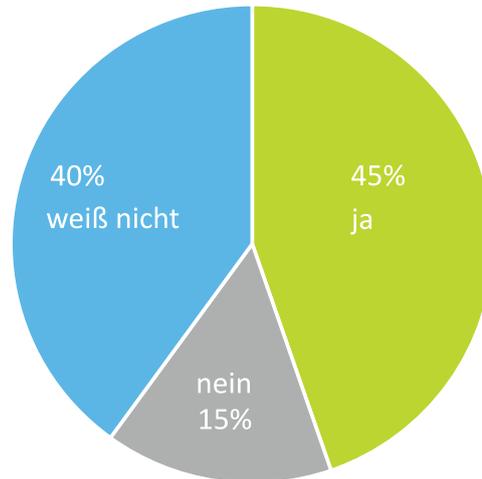
Obwohl einige Gründe für die Unzufriedenheit im Detail genannt wurden, so war doch keiner vollkommen unzufrieden. Offensichtlich ist bereits eine nicht optimale Lösung besser als gar keine. Der Bedarf ist da. Was sollte eine ausgereifte Anwendung bieten:

- Einfache und intuitive Bedienung
- Smartphone-gerechtes Design
- Gute Performance
- Selektionsmöglichkeiten für Interessen

Hier ist noch großes Optimierungspotenzial erkennbar. Eine App zur Organisation von Kontakten und Gesprächen auf einem B2B Event muss für jeden einfach benutzbar sein.

Wie viele hätten gerne eine App, die gleiche Interessen zusammenführen kann?

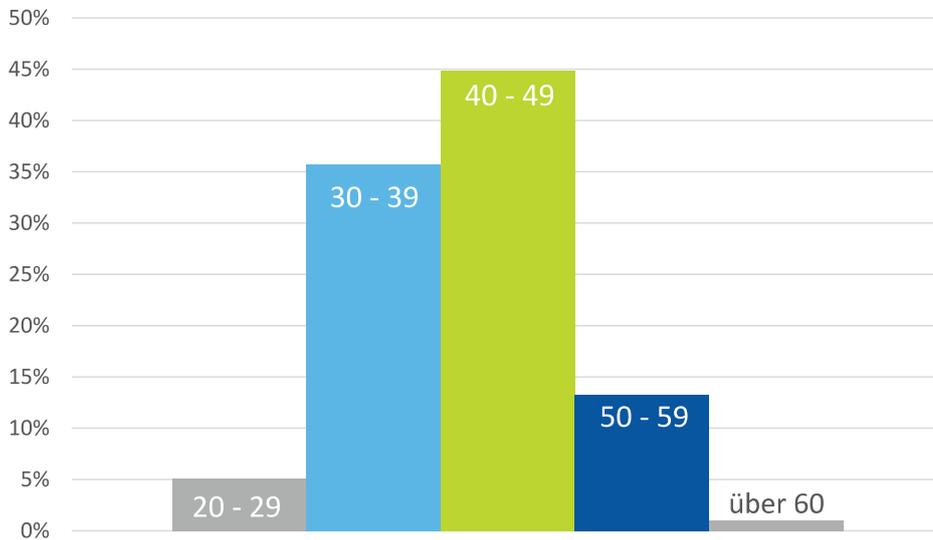
40% „weiß nicht“ bedeutet, dass diese Gruppe noch keine oder keine genaue Vorstellung hat, was eine maßgeschneiderte Event-App für sie zu leisten vermag. Immerhin 45% sagten „ja“.



Solche Veranstaltungs-Apps sind in hier in Deutschland noch nicht so verbreitet und selbstverständlich, wie zum Beispiel in den USA. Veranstaltern bietet sich hier eine große Chance, sich vom Wettbewerb abzusetzen.

Wie ist die Altersverteilung der Befragten?

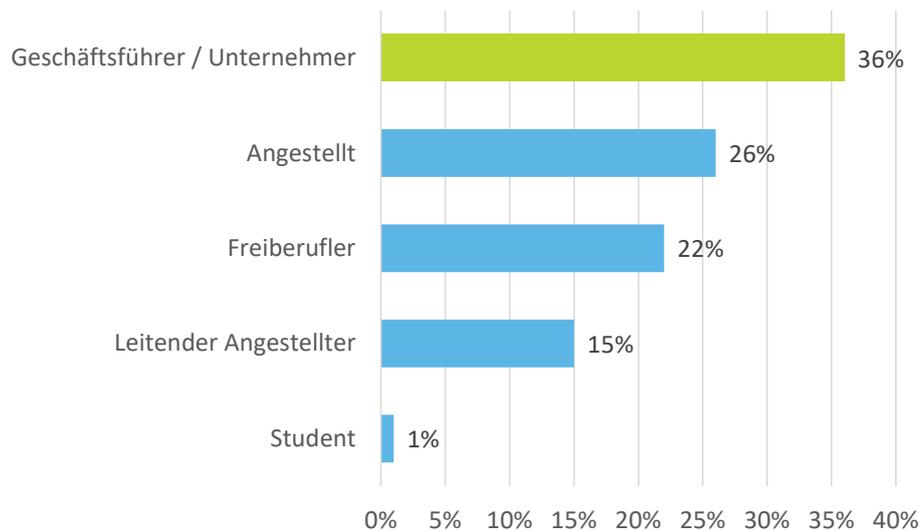
Gemeinsam mit der Gruppe der 30-39-Jährigen stellt die Gruppe der 40-49-Jährigen den größten Teil der Befragten. Offensichtlich haben die Mitglieder der Generation X aktuell den stärksten Bezug zu Business Events.



Die Verteilung zeigt, dass die Altersgruppe, die sich auch in ihrer beruflichen Situation in der Phase mit dem höchsten Engagement befindet, die stärkste Gruppe bei B2B Events stellt.

Welche Position bekleiden die Befragten?

Da das berufliche Networking gerade in Führungspositionen enorm wichtig ist, sind naturgemäß die Geschäftsführer mit 36% stark vertreten. Das gilt auch für die Freiberufler, deren Anteil 22% ist.



Wir können davon ausgehen, dass Geschäftsführer, Freiberufler und leitende Angestellte selbst über ihre Teilnahme am Event entschieden haben. Das macht die Mehrzahl der Teilnehmer eines B2B Events zu mehr als nur zum „Besucher“, nämlich zu wertvollen Kunden. Wichtig für Veranstalter sind hierbei konkrete Maßnahmen zur besseren Kundenbindung. Der Veranstalter sollte daher Lösungen anbieten, die dem Kunden einen echten Mehrwert für sein berufliches Networking bringen.

Fazit

Es gibt viele Aspekte, die eine gute Veranstaltung ausmachen und Menschen motivieren daran teilzunehmen. Aktuelle Trends als Thema und Networking von Teilnehmern sind nach unserer Umfrage die Top-Faktoren.

Viele Punkte, die gemeinhin als wichtiger bewertet werden, wie zum Beispiel die Sprecher, die Organisation oder die Location, werden von Teilnehmern unserer Studie als nicht so hoch priorisiert. Diese Aspekte werden wohl als „selbstverständlich“ angenommen, sind aber natürlich ebenso wichtig und können vor allem bei negativer Ausprägung zu Unmut führen. Einen speziellen Motivationsfaktor stellen sie nur bei überragenden Ausprägungen dar, so kämen sicherlich viele Menschen, um den ehemaligen US-Präsidenten Barack Obama sprechen zu hören.

Wie die Untersuchung klar ergeben hat, ist das Thema Kontakte pflegen und gewinnen für Teilnehmer von B2B Events von hoher Wichtigkeit. Teilnehmer möchten interessante Gesprächspartner auf Veranstaltungen identifizieren, um Erfahrungen und Wissen aus Ihrer Branche auszutauschen.

Oftmals existieren im Vorfeld nicht einmal für Teilnehmer zugängliche Teilnehmerlisten. Und wenn, dann müssen diese aufwendig studiert und manuell recherchiert werden. Besser wäre eine Hilfe, die in kürzester Zeit eine Liste der wichtigsten Gesprächspartner liefert. Teilnehmer sollen schnell und einfach untereinander Kontakt aufnehmen können. Mit Hilfe einer mobilen Applikation sollte die Koordination eines Meetings vor Ort sehr vereinfacht werden.

So eine App muss einige Anforderungen erfüllen:

- Mobile App und Desktop Version
- Intuitive Benutzbarkeit
- Einladung durch den Veranstalter (geschlossener Benutzerkreis)
- Eigenes Teilnehmer-Profil pro Veranstaltung
- Einfaches Handling zum Matchmaking von Interessen
- Kontakt mit anderen Teilnehmern herstellen und Termine vereinbaren
- Nutzung zur Vorbereitung bereits im Vorfeld des Events möglich
- Nutzung zur Nacharbeit auch noch im Nachgang zum Event möglich
- Datensicherheit / Privacy muss gewährleistet sein

Veranstalter können damit durch die Unterstützung dieser Bedürfnisse des Teilnehmers ihre Events aufwerten. Dazu sollte er seinen Kunden eine Software-Lösung anbieten, die sowohl auf dem Desktop als auch mobil kostenlos zu nutzen ist, wobei die Smartphone Variante vorrangig zu betrachten ist. Das Smartphone ist schließlich bei dieser Zielgruppe das „Immer-dabei-Gerät“.

Interview mit Alexander Krapp, Gründer von congreest

Wie ist die congreest Lösung eigentlich entstanden?

Aus einer Enttäuschung heraus: Zu viele Veranstaltungen, zu wenig qualifizierte Kontakte.

Das war die Basis für die Idee von congreest.

Wie viele Networker das bestimmt kennen, hatten auch ich und meine Kollegen einige Business Events besucht. Gut ausgesucht, aber trotzdem blieb ein Defizit. Wir hätten uns gewünscht, ein paar richtig gute Kontakte nach Hause mitzubringen. Aber die Realität sah irgendwie anders aus.



Gerade bei den größeren Veranstaltungen war es dann so: Vorträge, Kaffeepause und wenig Überblick darüber, wer jetzt potenziell interessant sein könnte. Jede Menge dieser kleinen runden Tische, ein Grüppchen Leute drum rum. Erster Check: Kennen wir jemanden? Antwort: Nein! Also gehen wir zum nächstbesten Tisch.

In der kleinen Pause nutzen wir unsere Chance, sprechen zum Beispiel den Teilnehmer rechts neben uns an, stellen uns vor und fragen ihn, ob ihm die Veranstaltung soweit gefallen hat und was er denn so macht. Ergebnis: Er ist dort hingeschickt worden und worum es hier geht, interessiert ihn nicht die Bohne.

Nächster Versuch, unser Gegenüber. Der ist sofort sehr freundlich und gesprächig. Als er hört, dass wir Web-Entwicklung machen, ist er sofort Feuer und Flamme. Ob wir denn schon von dem einzigartigen Tool „Webwuseldings“ gehört hätten. Das würde er nämlich gerne an uns verkaufen... Und so ging es weiter.

Einige Veranstaltungen später haben wir dann angefangen uns zu überlegen, wie das besser gehen könnte. Vor der Veranstaltung die Teilnehmerliste zu durchforsten – falls überhaupt öffentlich zugänglich – und dann auch noch durch Xing und LinkedIn Profile zu pflügen? Bei 800 Teilnehmern war das absolut keine Option. Jeden Beliebigen anzusprechen kam für uns ebenfalls nicht in Frage. Aber eine Vorauswahl anhand von Interessen-Keywords und konkreter Personenzuordnung... Das könnte klappen!

Und so entstand die erste Idee von congreest: Ein Software-Paket, das exakt auf das Networking für Events zugeschnitten sein soll. Bestehend aus einer Browser-basierten Lösung und einer Smartphone App für die Teilnehmer. Und – selbstverständlich – einem Back-End für die Management-Funktionen der Veranstalter.

Wieso habt ihr die Lösung 2017 komplett neu gelauncht?

Die erste Lösung war gut, aber im Laufe der Zeit änderten sich auch manche Anforderungen. Zum Beispiel hat sich der Fokus auf der Front-End Seite so stark zum Smartphone verschoben, dass wir dieser Tatsache einfach Rechnung tragen mussten. Das „Immer-dabei-Gerät“ und die einfache, intuitive Bedienung waren jetzt der Maßstab.

Und so war „easy networking“ geboren.

Was ist jetzt das Besondere an der congreest Lösung?

Da muss man differenzieren zwischen Vorteilen und Mehrwert für Teilnehmer oder Veranstalter. Fangen wir mit den Teilnehmern an. Sobald ich mich für eine Veranstaltung angemeldet habe, bekomme ich vom Veranstalter eine Einladungsmail zum virtuellen Netzwerken mit congreest. Nachdem ich mich registriert habe, kann ich sofort aus den vom Veranstalter vorgelegten Interessen-Keywords, die für mich passenden selektieren.

Ab dem Zeitpunkt, wenn sich andere Teilnehmer registriert und Keywords selektiert haben, bekomme ich schon Vorschläge für Kontakte mit gleichen Interessen. Je mehr Teilnehmer sich registriert haben, umso besser wird das Matching. Die Matching-Kandidaten kann ich auf verschiedenen Wegen kontaktieren und bei Einverständnis auch Meetings vereinbaren. Ich fahre dann los zur Veranstaltung und weiß, dass ich mit soundso viel interessanten Leuten reden werde.

Der Veranstalter wiederum kann am Ende der Veranstaltung – nicht nur wie üblich – herausfinden ob und welche Vorträge gut ankamen und ob das Essen geschmeckt hat, sondern, noch wertvoller, welche Themen die Besucher am meisten interessieren.

Diese Art von Information geben in der Realität die Besucher nicht im Fragebogen preis. Das ist der Unterschied. Der Teilnehmer hat das aus Eigeninteresse getan. Der Veranstalter hat jetzt die Chance, die nächste Veranstaltung viel genauer auf die Bedürfnisse seiner Klientel maßzuschneidern. Er hat damit die Möglichkeit, aus einmaligen Besuchern wiederkehrende Kunden zu machen.

Wie sieht das mit dem Datenschutz aus?

Wichtiger Punkt! Im Gegensatz zu den großen geschäftsorientierten sozialen Netzwerken bleiben die selektierten Interessen nur innerhalb der Veranstaltung. Sie sind also nur für jemand sichtbar, der sich für diese Veranstaltung angemeldet hat und zu congreest eingeladen wurde.

Was wollen Sie unseren Lesern mit auf den Weg geben?

Detaillierte Partnersuche auf Online-Portalen oder Online-Suchagenten für Stellenangebote - im Zeitalter der Digitalisierung überlassen wir schon längst nichts mehr dem Zufall. Warum sollten Sie also das Networking unter Ihren Teilnehmern dem Zufall überlassen?

Denken Sie weiter und setzen Sie auf congreest. Schaffen Sie sich einen Wettbewerbsvorteil. Next generation networking! Ermöglichen Sie Ihren Teilnehmern auf Ihren Veranstaltungen die gezielte Kontaktaufnahme!

congreest bietet Ihnen als Veranstalter die Chance, Ihr Event mit modernster Software-Technologie noch attraktiver zu gestalten. Nach über vier Jahren Erfahrung mit congreest sowie etlichen Gesprächen mit Veranstaltern und Teilnehmern kann ich Ihnen dazu mein Expertenwissen anbieten.

Setzen Sie sich gerne persönlich mit mir in Verbindung (Kontakt Daten am Ende der Studie). Ich zeige Ihnen, wie Sie congreest auf Ihrem Event einsetzen und echten Mehrwert für sich und Ihre Teilnehmer schaffen.

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

easy networking!

Was ist congre^{est} easy networking?

Für Teilnehmer:

easy contact

Wählen Sie einfach Ihre Interessen aus: der congre^{est} Matching-Algorithmus bringt Sie mit wertvollen Gesprächspartnern zusammen.

Ihre Datensicherheit ist uns wichtig. Ihre persönlichen Eingaben sind garantiert nur für andere eingeladene Eventteilnehmer sichtbar.

easy & secure

easy 2go

Nehmen Sie congre^{est} doch einfach mit: Die kostenlose App für unterwegs ist verfügbar in den jeweiligen Apple- und Android-Stores.

Für Veranstalter:

easy connect

Ermöglichen Sie Ihren Teilnehmern wertvolle Business-Kontakte zu finden. Mehrwert für Ihre Veranstaltung. Next generation networking!

Begeistern Sie Ihre Teilnehmer mit congre^{est}. Machen Sie mit uns zusammen aus einmaligen Besuchern wiederkehrende Kunden.

easy customer

easy reporting

Lernen Sie Ihre Teilnehmer kennen. Mit congre^{est} erfahren Sie in Live-Statistiken, welche Themen Ihre Teilnehmer aktuell beschäftigen.

Über congreest

Die congreest GmbH ist Anbieter der gleichnamigen mobilen „easy networking“ Lösung. congreest ist eine cloudbasierte Lösung (SaaS), welche Teilnehmer eines Events auf Basis gemeinsamer Interessen und Kompetenzen schon vor der eigentlichen Veranstaltung miteinander vernetzt.

Der speziell dafür entwickelte Matching-Algorithmus erhöht die Treffsicherheit für relevante und qualitativ hochwertige Business-Kontakte in kürzester Zeit.

Für Teilnehmer einer Veranstaltung ist congreest als App oder im Browser verfügbar. Die App kann kostenlos in den jeweiligen Apple- und Google-Stores heruntergeladen werden.

Für professionelle Veranstalter ist congreest das ideale Instrument, um die Zufriedenheit ihrer Teilnehmer zu erhöhen, Kunden langfristig zu binden und easy networking zu ermöglichen.

congreest GmbH
Alpenrosenstr. 15
82377 Penzberg

Telefon +49 8856 9377572
E-Mail info@congreest.com
Web www.congreest.com



congruet GmbH
Alpenrosenstr. 15
82377 Penzberg

Telefon +49 8856 9377572
E-Mail info@congruet.com
Web www.congruet.com