

# Was Sie bei Ihrer Kunden-Tagung nicht vergessen dürfen!

---

Datum der Veranstaltung	Tag	Monat	Jahr
	<hr/>		
Beginn und Ende	Von	bis	
	<hr/>		
Teilnehmerzahl und Anmeldungen	Anzahl	<hr/>	
Raum (Lage und Größe, Klimatisierung)		ja	nein
Namensschilder, Schreibzeug für Besucher	liegt vor:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bestuhlung (Anzahl Tische und Stühle, Form)	Anzahl:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<hr/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		
Tageslichtprojektor, Folien, Stifte			
Weitere technische Hilfsmittel	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		
Bewirtung + Pausen			
Begrüßung	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		
Garderobe, Parkplatz usw.	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		
Einladung (Form, Zeitpunkt)			
Programmgestaltung + Versand			
Informationen über Anreise (Wegskizze)			
Abhol- und Bringdienst	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		
Unterkunft (Reservierung)	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		
Betriebsrundgang	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		
Fotograf, Presse	wer kommt?	Herr/Frau	
	<hr/>		
Abschiedsgeschenke für Teilnehmer	zuständig:	Herr/Frau	
	<hr/>		

Nutzen Sie die Veranstaltung einer Kunden-Tagung, um Ihre Kunden langfristig an Ihr Unternehmen zu binden. Machen Sie deutlich, wie wichtig Ihnen das Erscheinen des jeweiligen Kunden zu diesem Treffen ist. Es wertet jeden auf, wenn er zu einer solchen Begegnung exklusiv eingeladen wird. Begrenzen Sie die Teilnehmerzahl und bitten Sie um schriftliche Zusagen zu dem genannten Termin. Nur dann können Sie sich für Kunden auch wirklich etwas Besonderes einfallen lassen. Verwechseln Sie diese Aktion nicht mit einem Tag der offenen Tür, zu dem jedermann kommen kann.

### **Datum der Veranstaltung**

Wählen Sie das Datum sehr bewusst, so dass keine anderen wichtigen Ereignisse in der Stadt oder Region stattfinden. Wenn Sie einen Freitag auswählen, geben Sie dies lange genug vorher bekannt. Fassen Sie lieber nach dem Verteilen der Einladungen nach zwei Wochen noch einmal gezielt nach und reden Sie mit den geladenen Kunden persönlich. So vermitteln Sie den Eindruck, dass Ihnen das Kommen der Kunden wirklich wichtig ist.

### **Ausstattung prüfen**

Nehmen Sie sich unbedingt die Zeit und prüfen Sie, ob bei der technischen Ausstattung tatsächlich alles funktioniert. Überlassen Sie in einem solchen Fall nie etwas dem Zufall. Nichts ist peinlicher als ein angekündigtes Video einer Produktpräsentation und dann funktioniert das Gerät nicht. Checken Sie auch, ob die benötigten Hilfsmittel vorliegen. Können die Teilnehmer Fragen festhalten, müssen Papier und Stifte ausliegen. Bieten Sie auch eine direkte Beteiligungsmöglichkeit an, sollten Mikrophone zur Verfügung stehen.

### **Begrüßung**

Wenn Sie die Begrüßung nicht selber machen, stimmen Sie diese jedoch mit dem Beauftragten ab. Die ersten Worte sind entscheidend für den Verlauf einer solchen Veranstaltung. Nennen Sie auch an dieser Stelle den Ablauf, die Zeit der Pausen und des gemeinsamen Essens. Wenn es ein Gewinnspiel, Tombola oder Ähnliches gibt, können Sie hier noch einmal entsprechende Hinweise geben. Sind besondere Ehrengäste anwesend, werden diese gesondert begrüßt. Erwähnen Sie auch, wenn die Presse geladen ist.

### **Abhol- und Bringdienste**

Es reicht nicht aus, nur Verantwortliche zu benennen. Sollte ein höherer Aufwand notwendig sein, teilen Sie Fahrdienste für einzelne Stunden ein. Benennen Sie auf jeden Fall einen Ansprechpartner, der bei der Begrüßung vorgestellt wird und für alle Fragen, Auskünfte etc. zur Verfügung steht.

### **Abschiedsgeschenk**

Damit Ihren Kunden diese Veranstaltung in Erinnerung bleibt, sorgen Sie für ein kleines Geschenk. Bewährt haben sich kleine Aufmerksamkeiten, die mit der Veranstaltung in Verbindung stehen. Ein Probierfläschchen von der vorgestellten Hausmarke des Weines, der beim Essen getrunken wurde, eine Miniausgabe des neu vorgestellten Produktes etc.

---