

# Effektives Besuchermanagement

Die Erfolgsstory von INTERBRIDE —  
Fachmesse für Hochzeits-, Braut- und Eventmode.

# Effektives Besuchermanagement

Die Erfolgsstory der INTERBRIDE Fachmesse für Hochzeits-, Braut- und Eventmode.

Die INTERBRIDE ist die Fachmesse für Hochzeits-, Braut- und Eventmode im Herzen Europas. Auf der Ordermesse präsentieren international renommierte Markenhersteller, neue Labels und vielversprechende Newcomer ihre Kollektionen.

Die INTERBRIDE Fachmesse hatte zum Ziel die Anzahl der internationalen Fachgeschäfte auf der Messe als auch die Anzahl der Fachbesucher zu steigern. Dabei setzte die geschätzte Fachmesse auf die Besuchermanagement-Lösungen von doo.

**doo** SMART EVENT  
AUTOMATION

Besuchermarketing

## 1. Zielsetzung/ Business Need

- **Was war das primäre Ziel der Fachmesse/Ordermesse?**
  - Steigerung der Anzahl von Registrierungen auf der Messe
  - Signifikante Steigerung der Gesamtanzahl der anwesenden Einkäufer und Fachgeschäftsinhaber im Vergleich zum Vorjahr
- **Was wollte man am Ende erreichen? Wie sollte das Ergebnis aussehen?**
  - Aktivierung von Bestandsbesuchern aus Vorjahren
  - Optimierung der Reaktivierungsquote von Bestandsbesuchern und Neubesuchern

## 2. Die Lösung mit doo

- Analyse des Status Quo und Planung mit doo
- Optimierung der Einladungsprozesse für Fachgeschäfte eines ganzheitlichen Besuchermarketings
- Erstellung eines ganzheitlichen Besuchermarketing-Konzepts für Fachgeschäfte

# Wie wurden die Herausforderungen gelöst?



## Besuchermarketingkonzept

- Konzeption und Planung eines effektiven und verzahnten Event-Einladungsmarketings
- Optimierung des bestehenden Newsletters
- Festlegen von Telefon-Marketing Maßnahmen



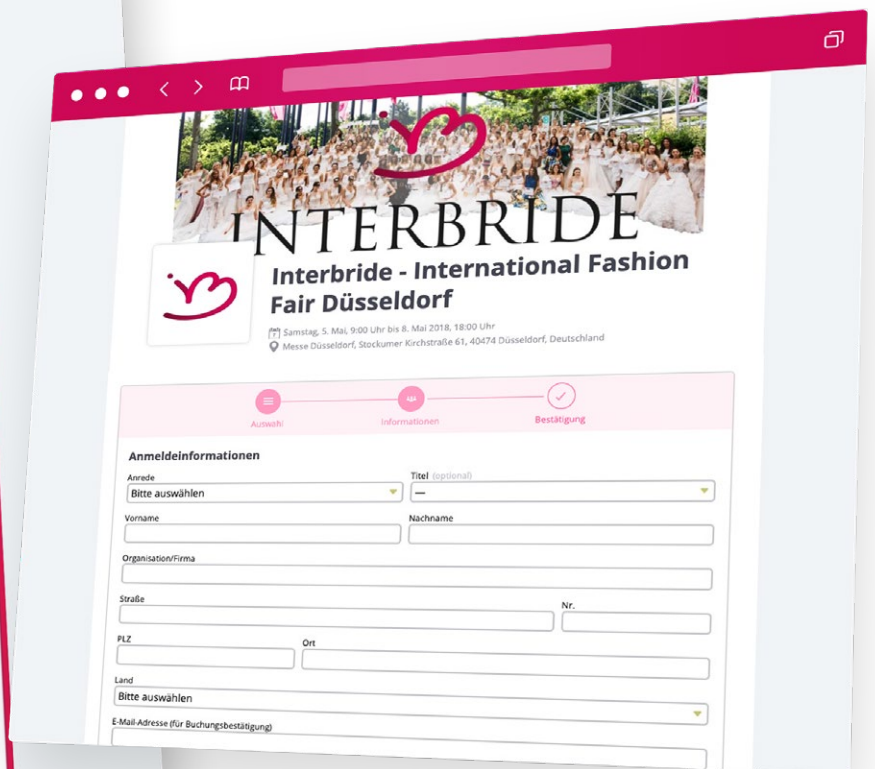
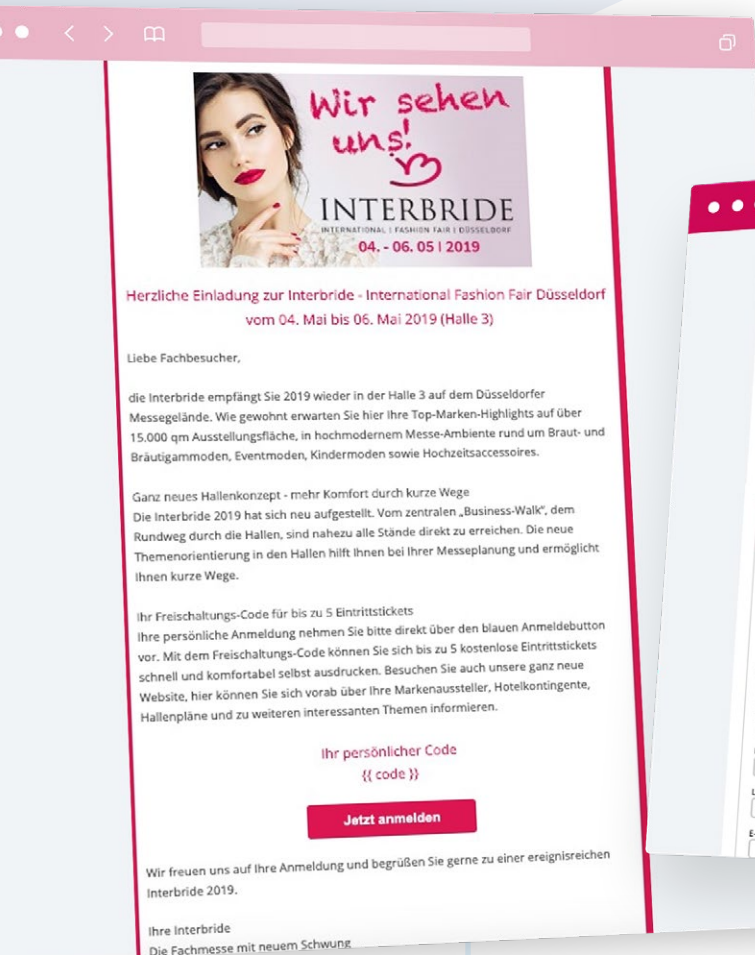
## Besucheraktivierung

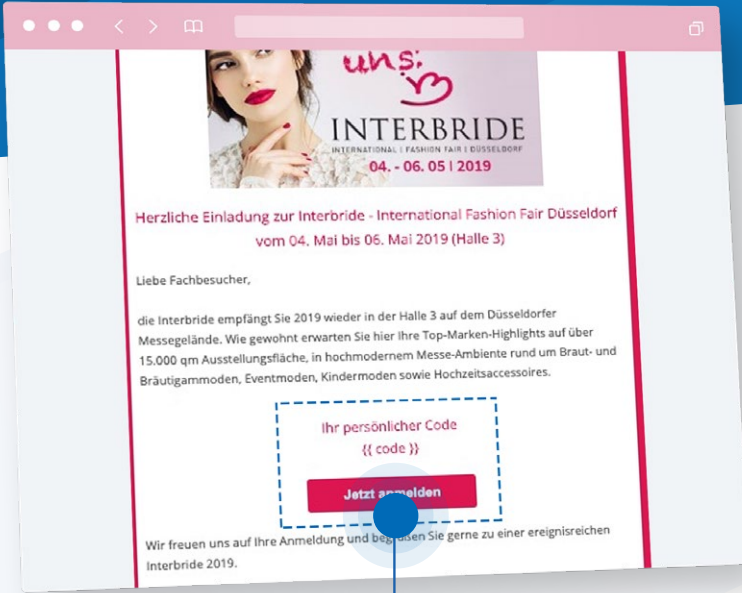
- Gezielte Maßnahmen zur Steigerung von E-Mail Öffnungs- und Klickraten
  - Countdown
  - Modifizierte E-Mail Werbebanner
  - Verwendung von animierten Abbildungen in den Newslettern
- Aktivierung von angemeldeten Fachbesuchern, die nicht erschienen sind ("No-Show Reduktion")



# Praxis-Beispiele für Besucheraktivierung

- Komfortable Buchung: Bekannte Daten vorbefüllen
- Kein Log-In notwendig
- Zusätzliche Informationen werden erhoben (z.B. Interesse)
- Speicherung der Re-Targeting Informationen im Hintergrund (z. B. interessiert, Warenkorb-Abbrecher, etc.)





Angemeldet



Auto-Segment „Registriert“



Buchung gestartet, aber nicht abgeschlossen



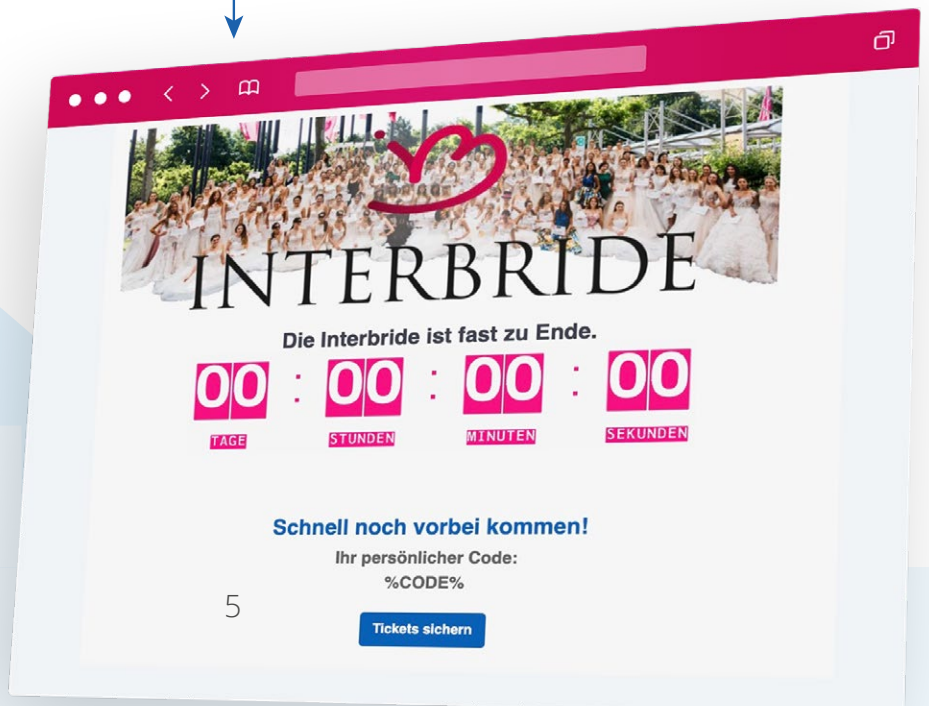
Auto-Segment „Warenkorbabbruch“



Geklickt, aber keine Buchung gestartet



Auto-Segment „Interessiert“



# Das Ergebnis

Welche Vorteile gibt es gegenüber dem bisherigen Vorgehen?

Die INTERBRIDE Fachmesse konnte die Anzahl der anwesenden Fachgeschäfte und Inhaber in 2018 um +31% im Vergleich zum Vorjahr steigern.

Welche Veränderungen haben sich insgesamt im Prozess ergeben?

Durch die effektive Verzahnung von offline und online Kanälen blieb das aufgewendete Marketing-Budget konstant.

Blick in die Zukunft: Sind weitere Projekte der gleichen Art geplant?

Die konzeptionellen Lerneffekte des Besuchermarketings der letzten drei Jahre werden aktuell für die Jahre 2020 – 2023 und für weitere Fachmessen der Branche adaptiert.

## +31%

Anzahl anwesender  
Fachgeschäfte im Vergleich  
zum Vorjahr



Sprechen Sie mit  
einem Experten!

**doo GmbH**

Hultschiner Straße 8, 81677 München

+49 89 24 88 15 35 5

[business@doo.net](mailto:business@doo.net)

[doo.net](https://doo.net)