

## Erlebnis- und ereignisorientierte Marketingstrategien

Worum geht es?

- ➔ Below-the-line-Marketingmaßnahmen
- ➔ Live-Marketing
- ➔ Direkte Wirtschaftskommunikation
- ➔ Experiential Marketing
- ➔ Markeninszenierung

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