

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# BEST PRACTICES GUIDE



# ON VIRTUAL EXHIBITIONS German

**Disclaimer.** The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1. Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2. Definieren Sie Ziele und Vorgaben</b>	<b>3</b>
<b>3. Wählen Sie die richtige Plattform</b>	<b>6</b>
<b>4. Entwerfen Sie eine benutzerfreundliche Oberfläche</b>	<b>6</b>
<b>5. Bereitstellung ansprechender Inhalte</b>	<b>7</b>
<b>6. Networking-Möglichkeiten:</b>	<b>8</b>
<b>7. Werbung für die Ausstellung:</b>	<b>9</b>
<b>8. Bereitstellen von Ressourcen nach der Veranstaltung</b>	<b>9</b>
<b>9. Schlussfolgerung</b>	<b>10</b>

## 1. Einleitung

Virtuelle Ausstellungen sind Online-Veranstaltungen, die es Unternehmen und Organisationen ermöglichen, ihre Produkte, Dienstleistungen oder Ideen einem globalen Publikum zu präsentieren. Diese Ausstellungen bieten eine Reihe von Vorteilen, darunter die Möglichkeit, ein größeres Publikum zu erreichen, Kosten zu senken und den Besuchern ein interaktiveres Erlebnis zu bieten.

Der Zweck dieses Leitfadens ist es, Best Practices für die Planung und Durchführung erfolgreicher virtueller Ausstellungen bereitzustellen. Indem sie die Tipps und Ratschläge in diesem Leitfaden befolgen, können die Leser lernen, wie sie ihre Ziele definieren, die richtige Plattform auswählen, eine benutzerfreundliche Oberfläche entwerfen, ansprechende Inhalte bereitstellen, Networking-Möglichkeiten anbieten, ihre Ausstellung bewerben und Ressourcen nach der Veranstaltung bereitstellen können.

Ganz gleich, ob Sie zum ersten Mal eine virtuelle Ausstellung planen oder Ihre bestehende Strategie verbessern möchten, dieser Leitfaden kann Ihnen helfen, Ihre Ziele zu erreichen und Ihren Besuchern ein unvergessliches und wirkungsvolles Erlebnis zu bieten.

Der Bereich der Künste umfasst ein breites Spektrum kreativer Disziplinen, von bildender Kunst und Design bis hin zu Musik, Theater und Tanz. Für Studierende und Dozenten in diesem Bereich ist das Erstellen und Präsentieren von Kunstwerken ein entscheidender Teil des Lernprozesses.

Mit dem Aufkommen der digitalen Technologie sind virtuelle Ausstellungen zu einer immer beliebteren Möglichkeit für Studenten und Dozenten im Kunstbereich geworden, ihre Arbeiten zu präsentieren und ein breiteres Publikum zu erreichen. Ganz gleich, ob Sie ein Student sind, der sein Portfolio aufbauen möchte, oder ein Dozent, der einen virtuellen Showcase für Ihre Klasse plant, dieser Best-Practice-Leitfaden bietet praktische Tipps und Einblicke, die Ihnen helfen, ein nahtloses und ansprechendes virtuelles Erlebnis zu schaffen.

Von der Definition von Zielen und Vorgaben über die Auswahl der richtigen Plattform bis hin zur Gestaltung benutzerfreundlicher Oberflächen und der Bereitstellung ansprechender Inhalte deckt dieser Leitfaden alle wesentlichen Aspekte der Planung einer erfolgreichen virtuellen Messe ab. Durch die Befolgung dieser Best Practices können Teilnehmer und Dozenten ihre Arbeit auf neue und aufregende Weise präsentieren, mit einem breiteren Publikum in Kontakt treten und wertvolles Feedback und Bekanntheit erhalten.

## 2. Definieren Sie Ziele und Vorgaben

Die Definition klarer Ziele für virtuelle Ausstellungen ist entscheidend für ein erfolgreiches Ergebnis. Es trägt dazu bei, dass alle Bemühungen auf das Erreichen des gewünschten Ergebnisses ausgerichtet sind und dass die Ausstellung auf die gesamte Geschäftsstrategie abgestimmt ist. Hier sind einige Gründe, warum die Definition von Zielen und Vorgaben für virtuelle Ausstellungen wichtig ist:

- **Gibt Fokus und Richtung vor:** Die Definition von Zielen und Vorgaben hilft, den Fokus und die Richtung für die virtuelle Ausstellung vorzugeben. Es stellt sicher, dass alle Anstrengungen auf das Erreichen des gewünschten Ergebnisses gerichtet sind

und dass die Ressourcen effektiv eingesetzt werden.

Die Definition klarer Ziele ist ein wichtiger erster Schritt bei der Planung einer virtuellen Ausstellung. Ziele und Vorgaben helfen dabei, Fokus und Richtung vorzugeben und sicherzustellen, dass alle Bemühungen auf das Erreichen des gewünschten Ergebnisses gerichtet sind. Indem Sie spezifische und messbare Ziele festlegen, können Sie den Fortschritt verfolgen und sicherstellen, dass Ressourcen effektiv genutzt werden.

Bei der Definition von Zielen und Vorgaben für eine virtuelle Ausstellung ist es wichtig, das Zielpublikum, den Zweck der Ausstellung und die gewünschten Ergebnisse zu berücksichtigen. Wenn das Ziel beispielsweise darin besteht, die Werke aufstrebender Künstler zu präsentieren und mit potenziellen Käufern in Kontakt zu treten, können die Ziele darin bestehen, das Online-Engagement zu erhöhen, Leads zu generieren und den Umsatz zu steigern.

Indem Sie spezifische Ziele festlegen, können Sie auch die Key Performance Indicators (KPIs) bestimmen, die zur Erfolgsmessung verwendet werden. Zu den KPIs können Website-Traffic, Social-Media-Engagement, Umsatz oder Kundenzufriedenheit gehören. Die Verfolgung von KPIs ermöglicht es Ihnen, den Erfolg der Messe zu bewerten und datengestützte Entscheidungen für zukünftige Veranstaltungen zu treffen.

Das Setzen von Zielen und Vorgaben hilft nicht nur dabei, den Zweck und die Vision der Ausstellung an Stakeholder, Teilnehmer und das Zielpublikum zu vermitteln. Diese Klarheit über den Zweck und die Vision kann das Engagement steigern, Interesse wecken und letztendlich den Erfolg vorantreiben.

Insgesamt ist die Definition klarer Ziele für die Planung einer erfolgreichen virtuellen Ausstellung unerlässlich. Sie stellt sicher, dass Ressourcen effektiv genutzt werden, gibt Fokus und Richtung vor und vermittelt den Zweck und die Vision der Ausstellung an Interessengruppen und Teilnehmer.

- **Ermöglicht die Messung des Erfolgs:** Das Festlegen klarer Ziele ermöglicht die Messung des Erfolgs. Auf diese Weise können Unternehmen den Fortschritt verfolgen und verbesserungswürdige Bereiche identifizieren.

Dies trägt dazu bei, dass die Ressourcen effektiv genutzt werden und die Ausstellung die gewünschten Ergebnisse erzielt.

Bei virtuellen Ausstellungen können einige der wichtigsten Kennzahlen, die zur Erfolgsmessung verwendet werden können, Website-Traffic, Social-Media-Engagement, Umsatz, Kundenzufriedenheit und Teilnehmerfeedback sein. Durch die regelmäßige Verfolgung und Analyse dieser Metriken können Unternehmen wertvolle Einblicke in die Effektivität ihrer virtuellen Ausstellung gewinnen und datengestützte Entscheidungen für zukünftige Veranstaltungen treffen.

Die Erfolgsmessung ermöglicht es Unternehmen auch, Lücken oder verbesserungswürdige Bereiche in ihrer Strategie für virtuelle Ausstellungen zu identifizieren. Wenn beispielsweise der Website-Traffic gering ist, kann dies darauf hindeuten, dass die Marketingstrategie überarbeitet werden muss, um ein breiteres Publikum zu erreichen. Wenn das Feedback der Teilnehmer darauf hindeutet, dass die virtuelle Plattform schwer zu navigieren war, kann dies darauf hindeuten, dass die Benutzeroberfläche neu gestaltet werden muss.

Durch die regelmäßige Messung und Analyse von Leistungskennzahlen können Unternehmen ihre Strategie für virtuelle Ausstellungen kontinuierlich verbessern und sicherstellen, dass sie sowohl für das Unternehmen als auch für seine Zielgruppe einen Mehrwert bietet. Dies kann letztendlich zu mehr Engagement, Umsatz und Kundenbindung führen.

- Abgestimmt auf die Geschäftsstrategie: Die Definition von Zielen und Vorgaben stellt sicher, dass die virtuelle Ausstellung mit der gesamten Geschäftsstrategie übereinstimmt. Es trägt dazu bei, dass die Ausstellung mit der Mission und den Werten des Unternehmens übereinstimmt.

Die Definition klarer Ziele für eine virtuelle Ausstellung ist unerlässlich, um sicherzustellen, dass die Ausstellung mit der gesamten Geschäftsstrategie übereinstimmt. Dies trägt dazu bei, dass die Ausstellung mit der Mission, den Werten und den Gesamtzielen des Unternehmens übereinstimmt.

Bei der Festlegung von Zielen und Vorgaben für eine virtuelle Ausstellung ist es wichtig, die breitere Geschäftsstrategie zu berücksichtigen. Wenn sich das Unternehmen beispielsweise darauf konzentriert, seinen Kundenstamm zu erweitern, kann die virtuelle Ausstellung so gestaltet sein, dass sie neue Kunden anzieht und Leads generiert. Wenn sich das Unternehmen auf den Aufbau seiner Marke und seines Rufs konzentriert, kann die virtuelle Ausstellung alternativ so gestaltet werden, dass sie das Know-how und die Vordenkerrolle des Unternehmens präsentiert.

Die Ausrichtung der virtuellen Ausstellung auf die breitere Geschäftsstrategie stellt sicher, dass die Veranstaltung zu den Gesamtzielen des Unternehmens beiträgt. Es trägt auch dazu bei, dass die Ausstellung mit der Mission und den Werten des Unternehmens übereinstimmt und dass sie sowohl dem Unternehmen als auch seiner Zielgruppe einen Mehrwert bietet.

Darüber hinaus kann die Ausrichtung der virtuellen Ausstellung auf die breitere Geschäftsstrategie dazu beitragen, die Akzeptanz der Stakeholder zu erhöhen und sicherzustellen, dass die Ressourcen effektiv genutzt werden. Wenn die Stakeholder sehen, dass die virtuelle Ausstellung mit der Mission und den Werten des Unternehmens übereinstimmt, ist es wahrscheinlicher, dass sie die Veranstaltung unterstützen und die notwendigen Ressourcen bereitstellen, um sie erfolgreich zu machen.

Insgesamt ist es wichtig, die virtuelle Ausstellung mit der breiteren Geschäftsstrategie in Einklang zu bringen, um sicherzustellen, dass die Veranstaltung zu den Gesamtzielen des Unternehmens beiträgt und sowohl dem Unternehmen als auch seiner Zielgruppe einen Mehrwert bietet. Die Definition klarer Ziele ist ein wichtiger erster Schritt in diesem Prozess.

Um Ziele für virtuelle Ausstellungen zu definieren, sollten Sie die folgenden Schritte berücksichtigen:

- Identifizieren Sie den Zweck der Ausstellung: Was wollen Sie mit der virtuellen Ausstellung erreichen? Möchten Sie Leads generieren, Produkte oder Dienstleistungen präsentieren oder Besucher informieren?
- Bestimmen Sie das Zielpublikum: Wer ist das Zielpublikum für die virtuelle Ausstellung? Was sind ihre Bedürfnisse und Interessen?
- Setzen Sie sich spezifische und messbare Ziele: Setzen Sie sich spezifische und messbare Ziele, die auf den Zweck der Ausstellung abgestimmt sind. Wenn das Ziel beispielsweise darin besteht, Leads zu generieren, legen Sie ein Ziel für die Anzahl der zu generierenden Leads fest.
- Ziele definieren: Definieren Sie Ziele, die die Erreichung der Ziele unterstützen. Wenn das Ziel beispielsweise darin besteht, Leads zu generieren, könnte ein Ziel darin bestehen, einen Lead-Magneten bereitzustellen oder eine kostenlose Testversion anzubieten.

- Entwickeln Sie einen Plan: Entwickeln Sie einen Plan zur Erreichung der Ziele. Dies sollte einen Zeitplan, ein Budget und die erforderlichen Ressourcen enthalten.
- Durch die Definition klarer Ziele für virtuelle Ausstellungen können Unternehmen sicherstellen, dass ihre Bemühungen fokussiert, auf ihre Strategie abgestimmt und messbar sind. Dies kann dazu beitragen, ein erfolgreiches Ergebnis und einen positiven Return on Investment zu erzielen.

### 3. Wählen Sie die richtige Plattform

Es gibt mehrere virtuelle Ausstellungsplattformen auf dem Markt, jede mit ihren eigenen Funktionen und Fähigkeiten. Hier sind einige der beliebtesten virtuellen Ausstellungsplattformen:

- **Eventbrite:** Eventbrite ist eine beliebte Plattform für das Veranstellen virtueller Veranstaltungen und Ausstellungen. Es bietet eine Reihe von Funktionen, darunter Live-Streaming, On-Demand-Video und interaktive Sitzungen.
- **6Connex:** 6Connex ist eine Plattform, die ein anpassbares virtuelles Ausstellungserlebnis bietet, einschließlich 3D-Umgebungen, Live-Chat und Gamification.
- **vFairs:** vFairs ist eine Plattform, die eine Reihe von Funktionen bietet, darunter anpassbare Stände, interaktive Sitzungen und Live-Chat.
- **Hopin:** Hopin ist eine Plattform, die eine Reihe von Funktionen bietet, darunter Live-Streaming, Breakout-Räume und Networking-Möglichkeiten.
- **Remo:** Remo ist eine Plattform, die eine Reihe von Funktionen bietet, darunter anpassbare Räume, Live-Chat und virtuelle Whiteboards.

Berücksichtigen Sie bei der Auswahl der richtigen virtuellen Messeplattform für Ihre Bedürfnisse die folgenden Faktoren:

- **Ihre Ziele:** Überlegen Sie, was Sie mit der virtuellen Ausstellung erreichen möchten, und stellen Sie sicher, dass die Plattform die Funktionen und Fähigkeiten bietet, um diese Ziele zu unterstützen.
- **Ihre Zielgruppe:** Berücksichtigen Sie die Bedürfnisse und Vorlieben Ihrer Zielgruppe und stellen Sie sicher, dass die Plattform ein Erlebnis bietet, das für sie ansprechend und benutzerfreundlich ist.
- **Ihr Budget:** Berücksichtigen Sie Ihr Budget und stellen Sie sicher, dass die Plattform kostengünstig ist und einen positiven Return on Investment bietet.
- **Anpassbarkeit:** Berücksichtigen Sie den Grad der Anpassbarkeit, den die Plattform bietet, und stellen Sie sicher, dass Sie damit ein einzigartiges und ansprechendes Erlebnis für Ihre Besucher schaffen können.
- **Technische Anforderungen:** Berücksichtigen Sie die technischen Anforderungen der Plattform, wie z. B. Internetgeschwindigkeit und Kompatibilität mit Ihren Geräten und Software.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren können Sie die richtige virtuelle Ausstellungsplattform für Ihre Bedürfnisse auswählen und sicherstellen, dass Ihre Ausstellung ansprechend, effektiv und auf Ihre Ziele abgestimmt ist.

### 4. Entwerfen Sie eine benutzerfreundliche Oberfläche

Die Gestaltung einer benutzerfreundlichen Oberfläche für virtuelle Ausstellungen ist entscheidend, um Ihren Besuchern ein ansprechendes und unvergessliches Erlebnis zu bieten. Hier sind einige Tipps für die Gestaltung einer benutzerfreundlichen Oberfläche für virtuelle Ausstellungen:

- Verwenden Sie 3D-Modelle: Die Integration von 3D-Modellen Ihrer Produkte oder Dienstleistungen kann das Benutzererlebnis verbessern und Ihren Besuchern ein immersiveres und interaktiveres Erlebnis bieten.
- Stellen Sie interaktive Elemente bereit: Integrieren Sie interaktive Elemente wie Quizfragen, Umfragen oder Umfragen, um das Engagement und die Teilnahme Ihrer Besucher zu fördern.
- Erstellen Sie ansprechende Bilder: Verwenden Sie hochwertige Bilder, Videos und Animationen, um Ihren Besuchern ein visuell ansprechendes und ansprechendes Erlebnis zu bieten. Dazu kann gehören, dass Sie Ihr Branding und Ihre Botschaften während der gesamten Ausstellung integrieren.
- Verwenden Sie eine intuitive Navigation: Stellen Sie sicher, dass Ihre Navigation einfach und intuitiv zu bedienen ist. Dazu kann die Einbindung einer Karte oder eines Verzeichnisses gehören, um den Besuchern die Orientierung in der Ausstellung zu erleichtern.
- Geben Sie klare Anweisungen: Geben Sie klare Anweisungen und Anleitungen, wie Sie sich in der Ausstellung zurechtfinden, auf Ressourcen zugreifen und sich mit den Inhalten auseinandersetzen.
- Integrieren Sie soziale Elemente: Erwägen Sie die Einbeziehung sozialer Elemente wie Live-Chat, Networking-Möglichkeiten oder einer Social-Media-Pinnwand, um das Engagement und die Interaktion zwischen den Besuchern zu fördern.
- Optimieren Sie für mobile Geräte: Stellen Sie sicher, dass Ihre virtuelle Ausstellung für mobile Geräte optimiert ist, da viele Besucher von ihren Mobilgeräten aus auf die Ausstellung zugreifen können.

Indem Sie diese Tipps einbeziehen, können Sie eine benutzerfreundliche Oberfläche für Ihre virtuelle Ausstellung erstellen, die ansprechend, interaktiv und effektiv ist, um Ihre Ziele zu erreichen.

## 5. Bereitstellung ansprechender Inhalte

Die Bereitstellung ansprechender und informativer Inhalte ist entscheidend für den Erfolg virtueller Ausstellungen. Hier sind einige Tipps für die Bereitstellung von Inhalten, die die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich ziehen:

- Verwenden Sie Videos: Binden Sie hochwertige Videos ein, in denen Ihre Produkte, Dienstleistungen oder Demonstrationen vorgestellt werden, um Ihren Besuchern ein ansprecheres und intensiveres Erlebnis zu bieten. Kurze Videos sind effektiver als lange und sollten 3-4 Minuten nicht überschreiten.
- Veranstalten Sie Webinare: Das Veranstalten von Webinaren zu Themen, die mit Ihrer Branche oder Ihren Produkten zu tun haben, ist eine großartige Möglichkeit, Ihren Besuchern informative Inhalte zur Verfügung zu stellen. Sie können Plattformen wie Zoom oder GoToWebinar verwenden, um Ihre Webinare zu

hosten.

- **Veranstalten Sie Live-Sitzungen:** Das Veranstalten von Live-Sitzungen mit Branchenexperten oder Produktspezialisten ist eine weitere Möglichkeit, informative Inhalte bereitzustellen und das Engagement und die Teilnahme Ihrer Besucher zu fördern. Sie können Plattformen wie Facebook Live, YouTube Live oder LinkedIn Live verwenden, um Ihre Live-Sitzungen zu hosten.

- Bieten Sie herunterladbare Ressourcen an: Bieten Sie herunterladbare Ressourcen wie Broschüren, Whitepaper oder eBooks an, um Ihren Besuchern wertvolle Informationen zur Verfügung zu stellen, auf die sie nach Belieben zugreifen können.
- Verwenden Sie interaktive Tools: Integrieren Sie interaktive Tools wie Taschenrechner, Quizfragen oder Spiele, um Ihren Besuchern ein ansprechenderes und interaktiveres Erlebnis zu bieten.
- Bieten Sie Echtzeit-Support: Bieten Sie Echtzeit-Support über Live-Chat oder Support-Tickets, um die Fragen der Besucher zu beantworten und Anleitungen zur Ausstellung und Ihren Produkten oder Dienstleistungen zu geben.
- Verwenden Sie Testimonials: Integrieren Sie Testimonials oder Fallstudien von zufriedenen Kunden, um Ihrer Marke und Ihren Produkten einen sozialen Beweis und Glaubwürdigkeit zu verleihen.

Indem Sie diese Tipps einbeziehen, können Sie ansprechende und informative Inhalte bereitstellen, die die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich ziehen, die Teilnahme fördern und dazu beitragen, Ihre Ziele für die virtuelle Ausstellung zu erreichen.

## **6. Networking-Möglichkeiten:**

Networking ist ein wesentlicher Bestandteil jeder Messe, egal ob sie persönlich oder virtuell stattfindet. Networking bietet Ausstellern und Besuchern die Möglichkeit, sich zu vernetzen, Beziehungen aufzubauen und möglicherweise Partnerschaften oder Kooperationen einzugehen. Hier sind einige Tipps, wie Sie Networking-Möglichkeiten in virtuellen Ausstellungen erleichtern können:

- Live-Chat nutzen: Integrieren Sie Live-Chat-Funktionen, die es Besuchern ermöglichen, in Echtzeit mit Ausstellern und anderen Besuchern zu kommunizieren. Der Live-Chat ist eine schnelle und effiziente Möglichkeit, Fragen zu beantworten und Support zu leisten.
- Veranstalten Sie Frage- und Antwortrunden: Veranstalten Sie Frage- und Antwortrunden mit Branchenexperten oder Produktspezialisten, um den Besuchern die Möglichkeit zu geben, Fragen zu stellen und Einblicke in Themen zu erhalten, die mit Ihrer Branche oder Ihren Produkten zu tun haben.
- Erleichtern Sie Breakout-Räume: Verwenden Sie Breakout-Räume, um kleinere Gruppendiskussionen oder Networking-Sitzungen zu ermöglichen. Besucher können je nach ihren Interessen oder ihrer Branche an Breakout-Räumen teilnehmen, um mit Gleichgesinnten in Kontakt zu treten.
- Nutzen Sie soziale Medien: Nutzen Sie Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, Twitter oder Facebook, um Ihre virtuelle Ausstellung zu bewerben und vor, während und nach der Ausstellung mit Besuchern in Kontakt zu treten.
- Veranstalten Sie virtuelle Networking-Events: Veranstalten Sie virtuelle

Networking-Events wie Happy Hours, Roundtable-Diskussionen oder Meet-and-Greets, um die Besucher zu ermutigen, sich miteinander zu vernetzen und auszutauschen.

- Virtuellen Visitenkartenaustausch bereitstellen: Stellen Sie eine Funktion zum Austausch virtueller Visitenkarten bereit, mit der Besucher Kontaktinformationen mit Ausstellern und anderen Besuchern austauschen können.
- Bieten Sie Matchmaking-Services an: Bieten Sie Matchmaking-Services an, die Besucher verbinden mit

Aussteller oder andere Besucher auf der Grundlage ihrer Interessen, Bedürfnisse oder Ziele.

Indem Sie diese Networking-Tipps berücksichtigen, können Sie Networking-Möglichkeiten erleichtern und das Engagement und die Teilnahme Ihrer Besucher, Aussteller und anderer Interessengruppen fördern. Dies kann zu wertvollen Verbindungen, Kooperationen und Partnerschaften führen, von denen Ihr Unternehmen langfristig profitieren kann.

## **7. Werbung für die Ausstellung:**

Die Bewerbung Ihrer virtuellen Ausstellung über soziale Medien, E-Mail-Marketing und andere digitale Kanäle ist entscheidend, um Besucher anzuziehen und den Erfolg Ihrer Veranstaltung sicherzustellen. Hier sind einige Tipps, wie Sie Ihre virtuelle Ausstellung bewerben können:

- Erstellen Sie eine starke Markenbotschaft: Entwickeln Sie eine starke Markenbotschaft, die den Zweck, den Wert und die Vorteile Ihrer virtuellen Ausstellung klar kommuniziert. Dies wird Ihnen helfen, sich von anderen Messen abzuheben und das richtige Publikum anzuziehen.
- Nutzen Sie soziale Medien: Nutzen Sie Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, Twitter, Facebook und Instagram, um für Ihre Ausstellung zu werben. Posten Sie ansprechende Inhalte, teilen Sie Updates und verwenden Sie relevante Hashtags, um Ihre Reichweite und Ihr Engagement zu erhöhen.
- Verwenden Sie E-Mail-Marketing: Nutzen Sie E-Mail-Marketing, um Ihre Ausstellung in Ihrer E-Mail-Liste zu bewerben. Versenden Sie regelmäßige Updates, Teaser und Erinnerungen im Vorfeld der Veranstaltung und bieten Sie Frühbucherrabatte und andere Anreize an, um Anmeldungen zu fördern.
- Nutzen Sie digitale Werbung: Nutzen Sie digitale Werbepattformen wie Google Ads, Facebook Ads oder LinkedIn Ads, um Ihre Ausstellung einem breiteren Publikum vorzustellen. Verwenden Sie gezielte Keywords, demografische Daten oder Interessen, um die richtige Zielgruppe zu erreichen.
- Arbeiten Sie mit Branchen-Influencern zusammen: Arbeiten Sie mit Branchen-Influencern oder Vordenkern zusammen, um Ihre Ausstellung bei ihren Followern und Abonnenten zu bewerben. Dies kann Ihre Reichweite und Glaubwürdigkeit erhöhen und ein breiteres Publikum anziehen.
- Bieten Sie Frühbucherrabatte und andere Anreize an: Bieten Sie Frühbucherrabatte, Sonderangebote oder exklusiven Zugang an, um Besucher dazu zu bewegen, sich frühzeitig zu registrieren und Ihre Messe zu besuchen.
- Stellen Sie ansprechende Inhalte bereit: Stellen Sie ansprechende und informative Inhalte auf Ihrer Website, in den sozialen Medien oder im E-Mail-Marketing bereit, die die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich ziehen und sie dazu ermutigen, sich zu registrieren und Ihre Ausstellung zu besuchen.

## **8. Bereitstellen von Ressourcen nach der Veranstaltung**

Indem Sie diese Werbetipps berücksichtigen, können Sie das richtige Publikum anziehen, die Registrierungen erhöhen und den Erfolg Ihrer virtuellen Ausstellung sicherstellen. Denken Sie daran, Ihre Ergebnisse zu verfolgen und zu analysieren, um herauszufinden, was am besten funktioniert, und um sie entsprechend anzupassen.

- Die Bereitstellung von Ressourcen nach der Veranstaltung ist ein entscheidender Schritt, um den Erfolg Ihrer virtuellen Ausstellung sicherzustellen. Hier sind einige Tipps, wie Sie Ressourcen für die Zeit nach der Veranstaltung bereitstellen können:

- Event-Sessions aufzeichnen und teilen: Zeichnen Sie alle Sessions aus der virtuellen Ausstellung auf und stellen Sie sie nach der Veranstaltung on-demand zur Verfügung. Dies ermöglicht es den Teilnehmern, Sitzungen, die sie für wertvoll hielten, erneut zu besuchen, und bietet denjenigen, die Sitzungen verpasst haben, die Möglichkeit, dies nachzuholen.
- Geben Sie die Kontaktinformationen von Ausstellern und Sponsoren an: Stellen Sie sicher, dass Sie die Kontaktinformationen der Aussteller und Sponsoren angeben, damit die Teilnehmer nach der Veranstaltung mit ihnen in Kontakt treten können. Auf diese Weise können die Teilnehmer zusätzliche Fragen stellen, Demos anfordern oder potenzielle Partnerschaften diskutieren.
- Teilnehmerlisten teilen: Teilen Sie Teilnehmerlisten nach der Veranstaltung mit Ausstellern und Sponsoren. Auf diese Weise können Aussteller und Sponsoren mit den Teilnehmern in Kontakt treten, die ihren virtuellen Stand besucht oder an ihren Sitzungen teilgenommen haben.
- Follow-up-Umfragen senden: Senden Sie nach der Veranstaltung eine Umfrage an die Teilnehmer, um Feedback zur virtuellen Ausstellung zu erhalten. Nutzen Sie dieses Feedback, um zukünftige Veranstaltungen zu verbessern und sicherzustellen, dass sich die Teilnehmer gehört fühlen.
- Zusätzliche Ressourcen bereitstellen: Stellen Sie zusätzliche Ressourcen zum Thema oder zur Branche der virtuellen Ausstellung bereit. Dazu können Whitepapers, E-Books, Fallstudien oder andere Materialien gehören, die den Teilnehmern einen Mehrwert bieten.
- Veranstalten Sie ein Debriefing-Meeting: Veranstalten Sie ein Debriefing-Meeting mit Ihrem Team, um die Erfolge und Herausforderungen der virtuellen Ausstellung zu besprechen. Nutzen Sie dieses Treffen, um verbesserungswürdige Bereiche zu identifizieren und einen Plan für zukünftige Veranstaltungen zu entwickeln.

Durch die Bereitstellung von Ressourcen nach der Veranstaltung können Sie die Teilnehmer auch nach der virtuellen Ausstellung weiter einbeziehen, Feedback einholen und Beziehungen zu Ausstellern und Sponsoren aufbauen. Dies kann zu wertvollen Verbindungen und Partnerschaften führen, von denen Ihr Unternehmen langfristig profitiert.

## 9. Schlussfolgerung

Zu den wichtigsten Erkenntnissen aus diesem Leitfaden über virtuelle Ausstellungen gehören:

- Die Definition klarer Ziele ist entscheidend für die Planung einer erfolgreichen virtuellen Messe.
- Die sorgfältige Auswahl der richtigen virtuellen Ausstellungsplattform ist entscheidend, um ein nahtloses und ansprechendes Benutzererlebnis zu gewährleisten.
- Die Gestaltung einer benutzerfreundlichen Oberfläche mit ansprechenden Bildern

und interaktiven Elementen ist wichtig, um die Teilnehmer bei der Stange zu halten.

- Die Bereitstellung einer Vielzahl von Inhalten wie Videos, Webinaren und Live-Sitzungen kann dazu beitragen, die Aufmerksamkeit der Teilnehmer zu erregen und einen Mehrwert zu bieten.
- Die Erleichterung von Networking-Möglichkeiten durch Funktionen wie Live-Chat, Frage- und Antwortrunden und Breakout-Räume kann den Teilnehmern helfen, wertvolle Verbindungen aufzubauen.
- Die Förderung der virtuellen Ausstellung durch soziale Medien und E-Mail-Marketing ist der Schlüssel

um Teilnehmer zu gewinnen.

- Die Bereitstellung von Ressourcen nach der Veranstaltung, wie z. B. Sitzungsaufzeichnungen, Präsentationsfolien, Kontaktinformationen von Ausstellern und Sponsoren, Teilnehmerlisten und Umfragen, kann dazu beitragen, Beziehungen zu vertiefen und möglicherweise zu zukünftigen Geschäftsmöglichkeiten zu führen.

Virtuelle Ausstellungen sind ein wertvolles Instrument für Unternehmen und Organisationen, die ein breiteres Publikum erreichen und auf kosteneffiziente und umweltverträgliche Weise mit Kunden und Stakeholdern in Kontakt treten möchten. Durch die Befolgung der in diesem Leitfaden beschriebenen Best Practices können Unternehmen erfolgreiche virtuelle Ausstellungen planen und durchführen, die den Teilnehmern einen Mehrwert bieten und ihre Ziele erreichen.