

FS Planung und Organisation eines Businesssevents

Situationbeschreibung zur 1. bis 10. Aufgabe

Die Guthenberg AG ist ein Unternehmen des Präzisionsmaschinenbaus mit Hauptsitz in Heidelberg (Baden-Württemberg) und mehreren Standorten in Deutschland. Nach einer mehrjährigen wirtschaftlich eher schwierigen Phase erzielt das Unternehmen seit zwei Jahren wieder positive Ergebnisse. Im Frühjahr führt das Unternehmen alljährlich eine Vertriebsfachtagung mit Incentive-Charakter durch. Dazu werden die 25 Vertriebsmitarbeiter aus dem gesamten Bundesgebiet für zwei Tage am Hauptsitz des Unternehmens versammelt. Auch die diesjährige Fachtagung soll über zwei Tage an einem attraktiven Standort stattfinden, bei der das Ablenkungspotenzial so gering wie möglich ist, die aber auch genug Möglichkeiten bietet im weitesten Sinne teambildende Maßnahmen zu integrieren. In der Vergangenheit wurde die Universal-Event GmbH mit kleineren Livekommunikationsmaßnahmen des Unternehmens betraut. Diese wurden immer zur vollen Zufriedenheit geplant und durchgeführt. Daher fragt die Guthenberg AG das Berliner Unternehmen Universal-Event GmbH in diesem Jahr für die Planung, Organisation und Umsetzung der Herbstfachtagung an.

Folgende Vorgaben wurden vom Heidelberger Unternehmen im Rahmen eines Briefings gemacht:

Anlass: Alljährliche Vertriebsfachtagung Deutschland mit den Schwerpunkten: aktuelle wirtschaftliche Situation des Unternehmens, geplante Produkteinführungen sowie Servicestrategien.

Termin/Dauer: 2. Quartal 2018, zwei Tage innerhalb der zweiten Wochenhälfte

Kommunikationsziele: Verbesserung der Produktkenntnisse und Argumentationsweisen sowie Erhöhung der Motivation der Mitarbeiter

Wirtschaftliche Ziele: langfristige Sicherung der Marktposition und der positiven

Gewinnentwicklung Zielgruppe: 25 angestellte Vertriebsmitarbeiter im Alter zwischen 28 - 54 Jahren, überwiegend männlich

Budget: 50.000,00 EUR exklusive Agenturleistung

Das Unternehmen wünscht ausdrücklich eine Veranstaltung außerhalb des Stammsitzes, wobei die Transferzeit vom Stammsitz bis zur Zieldestination nicht länger als drei Stunden dauern sollte.

1. Aufgabe (2 Punkte, ca. 3 Minuten Bearbeitungszeit)

Als Mitarbeiter/-in der Universal-Event GmbH werden Sie beauftragt, bereits im Vorfeld zu prüfen, ob mögliche rechtliche Restriktionen bei der Erarbeitung eines Konzepts für die Vertriebsfachtagung zu beachten sind.

Stellen Sie zunächst fest, um welche Marketingkommunikationsmaßnahme (welches konkrete Kommunikationsinstrument im Kommunikationsmix) des Auftraggebers es sich bei der zu planenden Veranstaltung handelt und erläutern Sie Ihre Feststellung!

2. Aufgabe (3 Punkte, 5 Minuten Bearbeitungszeit)

Sie müssen für das Event das Budget planen. Welche grundlegenden Regeln müssen sie dabei beachten?

3. Aufgabe (3 Punkte, ca. 10 Minuten Bearbeitungszeit)

Der Auftraggeber hat sich aufgrund Ihrer Vorschläge für einen Termin am Ende einer Woche entschieden. Für die 17 Kollegen aus den entfernteren Orten soll eine Vorabendanreise bis 18:30 Uhr zu einem Hotel in Leimen eingeplant werden. Von dort aus soll dann pünktlich um 10:30 Uhr des Folgetages für alle Tagungsteilnehmer die Anfahrt zur eigentlichen Zieldestination im Elsass (Frankreich) erfolgen.

Unterbreiten Sie in Bezug auf die Vorabendanreise einen Vorschlag für einen sinnvollen Ablauf des Abends inklusive eines Welcome Dinners!

4. Aufgabe (2 Punkte, ca. 12 Minuten Bearbeitungszeit)

Die Vertriebsfachtagung selbst wird am Donnerstag und Freitag stattfinden. Start wird für alle Teilnehmer am Donnerstag um 10:30 Uhr am Hotel in Leimen sein. Von dort werden alle Teilnehmer via Bustransfer das Hotel am Zielort in Frankreich, Mollkirch im Elsass (ca. 1000 Einwohner), erreichen. Die Transferzeit bis zum Zielort beträgt ca. 2 Stunden mit einem komfortablen Reisebus. Tagungsort ist ein ländliches Tagungshotel mit 35 Zimmern. Es verfügt über einen Tagungsraum für 30 Personen. Das Hotel steht für die Veranstaltung exklusiv zur Verfügung.

Erörtern Sie anhand von 2 Argumenten, weshalb sich der Auftraggeber letztendlich für das Konzept mit einem Veranstaltungsort abseits traditioneller Meeting-Situationen für die Vertriebsfachtagung 2018 entschieden haben wird!

5. Aufgabe (2 Punkte, ca. 4 Minuten Bearbeitungszeit)

Aufgrund der von Ihnen konzeptionell gemachten Vorschläge kommt es zu einer erfolgreichen Vertragsverhandlung zwischen der Guthenberg AG und der Universal-Event GmbH. Es wird ein Vertrag geschlossen mit dem die Universal-Event GmbH beauftragt wird, die Vertriebsfachtagung in Vertretung für die Guthenberg AG nach erfolgter Abstimmung eigenverantwortlich organisatorisch zu planen, durchzuführen und nachzubereiten.

Nennen und erläutern Sie die Vertragsart die hier zur Anwendung kommt und wer im Fall der Vertriebsfachtagung der Veranstalter ist!

6. Aufgabe (2 Punkte, ca. 4 Minuten Bearbeitungszeit)

Unabhängig davon, wer Veranstalter ist, empfiehlt es sich, eine Veranstaltungshaftpflichtversicherung im Zusammenhang mit dieser Veranstaltung abzuschließen. Erklären Sie, welche Risiken durch eine solche Versicherung gedeckt werden sollen!

7. Aufgabe (4 Punkte, ca. 10 Minuten Bearbeitungszeit)

Im Zentrum der Vertriebsfachtagung steht vor allem die Information über aktuelle und zukünftige Herausforderungen des Unternehmens und speziell im Vertrieb. Darüber hinaus soll selbstverständlich auch der Austausch zwischen den Teilnehmern gefördert werden. Beschreiben Sie anhand von 2 Beispielen, wie der Austausch und die Interaktion/Wechselbeziehungen zwischen den Teilnehmern während der Tagungsphasen gefördert werden können!

8. Aufgabe (4 Punkte, 6 Minuten Bearbeitungszeit)

Nennen Sie 4 Elemente einer Ausstattung mit Konferenz- und Präsentationstechnik, die mindestens vor Ort für die Referenten erfüllt sein müssen!

9. Aufgabe (7 Punkte, ca. 12 Minuten Bearbeitungszeit)

Strukturieren Sie ein typisches Programm mit üblichen Standardelementen und berücksichtigen Sie mindestens die folgenden Punkte:

Vertriebsfachtagung Teil 1 (Strategie) – 2,5 Stunden

Vertriebsfachtagung Teil 2 (2 Gastreferenten) – 1,5 Stunden

Vorstellung der Region – 1 Stunde

Transfer nach Molsheim im Elsass (Frankreich) zu Bugatti (Manufaktur für Sportwagen) – 20 Minuten

Begrüßung durch den Produktionsleiter und anschließender Werksbesichtigung – 1 Stunde

Erfahrungsaustausch mit Vertrieb Bugatti + Bewegen in sich verändernde Märkte – 1,5 Stunden

10. Aufgabe (4 Punkte, ca. 8 Minuten Bearbeitungszeit)

Nach Abschluss der Veranstaltung wünscht der Auftraggeber von Ihnen im Rahmen der Nachbereitung eine Erfolgskontrolle.

Unterbreiten Sie 2 unterschiedliche Vorschläge, wie Sie eine Erfolgsmessung in Bezug auf das Briefing gewährleisten können!

Antwortempfehlung

1. Aufgabe

Verkaufsförderung (Sales Promotion)

Die Veranstaltung richtet sich an die eigenen Verkäufer, um die Motivation der Mitarbeiter zu fördern, sich noch mehr für die Produkte und das Unternehmen einzusetzen. Sie erhalten Informationen über neue Produkte und Servicestrategien, um potentielle Kunden noch besser beraten zu können.

2. Aufgabe

Obwohl das Budget Zeit braucht, um sich zu entwickeln, gibt es einige grundlegende Regeln, die von Anfang an beachtet werden sollten:

Das Budget eines Events sollte so geplant werden, dass ein Verlust vermieden wird.

Wenn ein Ereignis wahrscheinlich zu einem Verlust führt, stellt es in Frage, ob das Ereignis gemäß dem bestehenden Plan stattfinden soll. Wenn es nicht zu spät ist, sollten die Pläne so geändert werden, dass die Veranstaltung mindestens kostendeckend ist.

Seien Sie realistisch bezüglich eventueller Einnahmen.

Viel zu oft sind die Veranstaltungspläne viel zu optimistisch hinsichtlich der Höhe des Sponsorings oder der Anzahl der Personen, die als Zuschauer oder Teilnehmer teilnehmen werden. Überoptimistische Vorhersagen sind oft ein Grund für finanzielle Verluste infolge einer Veranstaltung.

Einen Notfallplan vorbereiten

Wenn man darüber nachdenkt, was bei einer Veranstaltung möglicherweise schief gehen könnte, ist es eine gute Idee zu bestimmen, was getan werden muss, wenn etwas schief geht. Was passiert zum Beispiel, wenn das Sponsoring ausläuft oder sehr schlechtes Wetter ist?

3. Aufgabe

Es werden alle Mitarbeiter zum Welcome Dinner eingeladen.

Empfang des Mitarbeiters und Bestätigen seiner Ankunft in der Teilnehmerliste, Aushändigen von Zimmerschlüssel und Namensschild (?), Hinweis auf den weiteren Verlauf des Abends
Zeit zum „Frischmachen“ und evtl. umziehen auch für die erst 18.30 angereisten Mitarbeiter,
offizielle Begrüßung durch Geschäftsführer vor dem Dinner

Vorstellungsrunde (nur wenn alle Mitarbeiter teilnehmen und sich die Mitarbeiter nicht schon von den vergangenen Jahren kennen)

Dinner

Beenden des offiziellen Teils und kurzer Ausblick auf den morgigen Ablauf

4. Aufgabe

Da die Veranstaltung Incentive-Charakter haben soll, also als Belohnung gedacht ist, wird ein Ort in landschaftlich schöner und ruhiger Lage gewählt, damit sich die Mitarbeiter zwischen den Seminaren erholen können und so eine kleine Auszeit bekommen. Außerdem zeigt es die Wertschätzung der Firmenleitung gegenüber den Mitarbeitern, da ein ganzes Hotel nur für diese Tagung angemietet wurde, noch dazu im Ausland.

Seminare am Firmensitz erwecken schnell den Eindruck, dass die Geschäftsführung selber nicht bereit ist zu reisen. Außerdem ist das die „Zentrale der Macht“, zu der man nicht immer zu angenehmen Gesprächen gerufen wird. Eine dort organisierte Tagung würde nicht genügend Abstand zur Arbeitsumgebung schaffen und den Incentive-Charakter verlieren.

Da einige Mitarbeiter aus der näheren Umgebung sind, würde für diese eine Tagung vor Ort wie ein gewöhnlicher Arbeitstag verlaufen, eine Übernachtung im Hotel wäre evtl. nicht willkommen. Gemeinsame Gespräche und ein Erfahrungsaustausch nach dem offiziellen Teil würden wegfallen, da diese Mitarbeiter schnellstmöglich nach Hause wollen. Dadurch teilt sich die Gruppe der Außendienstmitarbeiter, das „WIR“-Gefühl wird sich nicht aufbauen.

5. Aufgabe

Werkvertrag, da die Eventagentur den Erfolg (durchführbare Veranstaltung) schuldet und nur diesen bezahlt bekommt.

Veranstalter ist die Guthenberg AG, die Eventagentur handelt durch die erteilte Vollmacht im Namen der Guthenberg AG. Die Guthenberg AG übernimmt das wirtschaftliche Risiko, trifft wesentliche Entscheidungen und lädt in ihrem Namen die Außendienstmitarbeiter ein.

6. Aufgabe

Eine Veranstaltungshaftpflichtversicherung gilt für die Vorbereitung und Dauer der Veranstaltung sowie deren Abbau und Nachbereitung.

Sie deckt die Kosten für

- Personenschäden
- Sachschäden
- Vermögensschäden, die als Folge eines Sach- oder Personenschadens auftreten
- die Abwehr unberechtigter Schadensforderungen

Weitere Risiken können zusätzlich versichert werden.

7. Aufgabe

- Kleingruppenarbeit anhand von vorbereiteten Fallstudien (gemeinsame Lösungsfindung)
- Workshops zur gemeinsamen Erarbeitung von Verkaufsargumenten
- Partnerinterview: Erstellen eines Fragebogens (z. B.) für meinen Interviewpartner, die sich direkt auf die Tätigkeit beziehen (Erkennen gleicher Probleme, gemeinsames Finden von Lösungen)
- Brainstorming: Dabei werden in der Gruppe möglichst viele Ideen zu einem Thema innerhalb einer vorgegebenen Zeit (z. B. 10 min.) gesammelt und aufgeschrieben. Danach erfolgt ein Sortieren, Bewerten und Ergänzen der gesammelten Ideen gemeinsam mit den Teilnehmern im Hinblick auf deren Übereinstimmung mit dem Thema und das Verwertungspotential
- Darstellen eines Fallbeispiels mit anschließender Diskussion
- Schaffen von Infostationen (technische Daten, Verkaufszahlen, häufige Fragen der Kunden...) zu den verschiedenen Produkten des Unternehmens, damit sich die Mitarbeiter selbstständig in Gruppen an einer Station zusammenfinden und so eine Diskussion und ein Erfahrungsaustausch eingeleitet wird

8. Aufgabe

z. B.

- PC-Anschlüsse
- WLAN
- Beamer
- Leinwand
- (interaktives) Whiteboard
- Flipchart
- Mikrofon und Lausprecher
- verschiedene Lichtquellen und Verdunklungsmöglichkeiten

9. Aufgabe

Tagesablauf

Donnerstag

13:00 Uhr	Lunch im Restaurant des Hotels
14:30 - 17:00 Uhr	Vertriebsfachtagung Teil 1 (Strategie)
15:40 -16:00 Uhr	Kaffeepause
17:30 Uhr	Vorstellung der Region
20:30 - 24:00 Uhr	rustikales Abendessen

Freitag

Bis 9:00 Uhr	Frühstück und Check out Hotel
09:15 Uhr	Transfer nach Molsheim im Elsass (Frankreich) zu Bugatti
09:35 Uhr	Registrierung der Teilnehmer
10:00 Uhr	Begrüßung durch den Produktionsleiter und Werksbesichtigung
11 :00 Uhr	Erfahrungsaustausch mit Vertrieb Bugatti
12:30 Uhr	Lunch
13:30 Uhr	Vertriebsfachtagung Teil 2 (2 Gastreferenten)
15:00 Uhr	Abschluss durch Vertriebsleitung Guthenberg AG, Evaluation
15:30 Uhr	Rückfahrt mit dem Bus nach Leimen/Heidelberg

10. Aufgabe

Hiermit werden hauptsächlich die Zufriedenheit und die Erlebnisqualität bezogen auf die Veranstaltung gemessen.

- Erstellen eines Fragebogens, der Location, Seminarinhalte und Organisation erfasst. Teilnehmer bitten, diesen Fragebogen am Ende auszufüllen.
- persönliches Interview der Teilnehmer möglichst zeitnah zu der Veranstaltung (z. B. telefonische Befragung)

Hiermit kann man die Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg messen:

- Überwachung der Vertriebskennzahlen wie z. B. Kundenkontakte, wie viele Kontakte führen zu einem Verkaufsabschluss,
- Kundenbefragungen zur Beratungsqualität