

PR-Service Events

JAZZMEDIA & MORE bietet Veranstaltern den Service der Organisation und Durchführung von inszenierten Ereignissen, mit dem Ziel, das Publikum zu emotionalisieren und ein klares Imageprofil des Veranstalters zu erreichen.

Events wie Konzertreihen sind zeitlich begrenzt. Das Eventmarketing umfasst daher sämtliche klassische Kommunikationsinstrumente wie Public Relations, Werbung, Verkaufsförderung und den Verkauf selbst. Sponsoring ist ein weiteres Kommunikationsinstrument, das wir einsetzen, bei welchem der Sponsor dem Veranstalter Geld, Sachmittel oder Dienstleistungen zur Verfügung stellt, um im Gegenzug kommunikative Ziele wie Bekanntheit, Wissen und Image zu erreichen.

Dienstleistung

Vorgehensweise

Ablauf: es werden Checklisten konzipiert wie z.B. eine für den richtigen Zeitpunkt des Events oder einer Konzertserie. Zielgruppenspezifische Kriterien sind das Besuchsverhalten generell und bezüglich der Art des Events. Weiter die Berücksichtigung von Ferien und Feiertagen etc. Das unmittelbare und das erweiterte Einzugsgebiet wird ermittelt. Eventspezifische Kriterien und saisonale Aspekte fließen ein und eine Konkurrenzanalyse wird erstellt. Anhand der Vorgaben des Veranstalters und des Budgetrahmens werden die Ziele festgelegt. Eine Strategie wird ausgearbeitet, die ein Motto, einen Aufhänger für das Thema zum Ziel hat. Die Kommunikationsstrategie folgt Kooperationen und Sponsoren und legt Maßnahmen vor, während und nach dem Event / Konzertserie fest. Im Budget werden Kosten für den Einkauf von Getränken und Speisen, Personal, Kommunikation, Infrastruktur und Einrichtung aufgeschlüsselt.

Massnahmen vor dem Event:

- .Eventkonzept
- Reservation von Lokalitäten, Bewilligungen
- Kooperationen, Sponsoring
- Attraktionen
- Kommunikation (Werbung)
- Infrastruktur und Einrichtung
- Detaillierter Programmablauf
- Personalplanung
- Pressearbeit

PR-Service Events

- Abbau und Aufräumarbeiten, Reinigung
- Dank an Kooperationspartner, Sponsoren, Gäste etc.
- Eventmarketing-Controlling

Massnahmen während des Events:

- Auf und Abbau Infrastruktur
- Besucherbetreuung
- Diverse Kontrollen, Getränke- und Speisennachschub
- Durchführung gemäss Programmablauf
- Sicherung Einnahmen, Nachschub Wechselgeld

Massnahmen nach dem Event

- Abbau und Aufräumarbeiten, Reinigung
- Dank an Kooperationspartner, Sponsoren, Gäste etc.
- Eventmarketing-Controlling

Potentielle Kooperationspartner und Sponsoren:

Medien: TV, Radio, Zeitungen, Zeitschriften

Lieferanten: Getränke, Speisen, Technik

Behörde

Unternehmen

Vereine, Verbände, Organisationen

Schulen, Universitäten

Internetplattformen

Kooperationsarten:

Gemeinsame Werbeaktionen

Sponsoring-Vereinbarungen

Zur Verfügung stellen von Personal

Zur Verfügung stellen von Infrastruktur, Dekoration, etc.

Zur Verfügung stellen von „Know-How“

Vergünstigte oder kostenlose Medienleistungen wie redaktionelle Beiträge, Inserate, etc.

Durch Übernahme von Teilen des Aufwandes

Durch Abnahme einer bestimmten Menge von Eintrittskarten

Durch separates Einladen von Besuchern.