

OnlineDurchbruch 2

Kongress



Notizen und
Aufgaben zum
Kongress-
Interview

Daniela Stöckl



ERFOLGREICHE ONLINE-KONGRESSE

Was sind so die Herausforderungen beim Organisieren eines Online-Kongresses?

- Das Thema klar umreißen!
- Dem Kongress eine Identität geben (Name, Logo etc.)
- Wie führe ich ein Interview und wo soll es hin gehen?
- Tools (Aufnahme der Interviews, Schnittsoftware, Converter, Videohosting...)
- Wie setze ich die Kongress-Website um?
- Marketing?
- u.v.m.

Letzten Endes muss ich mich immer fragen, ob ich eine bestimmte Aufgabe im Rahmen meines Online-Kongresses selber abbilden kann, oder ob ich mir dafür professionelle Unterstützung hole. Es kann durchaus möglich sein, sich bestimmte Inhalte selbst drauf zu schaffen, aber in vielen Fällen ist der Unterschied zwischen Amateur und Profi deutlich spürbar und wird durch praktische Erfahrung ausgemacht, welche man eben nicht auf die Schnelle mal erlangen kann. Deshalb ist beispielsweise ein(e) gute(r) Programmierer*in oder Designer*in auf jeden Fall sinnvoll, wenn Dein Kongress ganz vorne mitspielen will.

Mit einem PlugIn wie der „Summit-Suite“ kannst Du Dir viel Arbeit und Ärger sparen, denn hier werden repetitive Arbeiten automatisiert. Dadurch sparst Du unter Umständen Stunden an Arbeitszeit und vor allem ganz viel Stress und Ärger.

Warum sollte ich überhaupt einen Online-Kongress veranstalten? Was sind die Benefits?

- Ich will mein Thema in die Welt heraus tragen
- Reichweite / Listenaufbau
- Direkte Umsätze durch Paketverkäufe und/oder Affiliate-Marketing
- Positionierung als Expert*in in meinem Thema



ERFOLGREICHE ONLINE-KONGRESSE

Du solltest Dir bereits vor dem Kongress Gedanken darüber machen, worum es Dir bei Deinem Kongress geht. Ja, ein Online-Kongress kommt einer Eier legenden Woll-Milch-Sau schon sehr nahe. Dennoch sollte sich Deine Strategie ein wenig anpassen, je nach dem ob es Dir beispielsweise um den Listenaufbau geht oder Du direkt Verkäufe aus den Produkten Deiner Experten generieren willst.

Bei einem Online-Kongress geht es immer auch um den Beziehungs-Aufbau bzw. die Beziehungspflege mit den Experte*innen. Daniela beschreibt es im Interview sehr schön, und ich kann dies nur absolut bestätigen, dass sich oft auch Kooperationen von Kongressveranstalter und Expert*in ergeben, aus denen dann letztlich der Umsatz auf lange Sicht generiert wird.

Natürlich kannst Du auch aus den Interviews selber wieder neue Produkte erstellen. Beispielsweise nimmst Du eine Hand voll Speaker*innen aus dem Kongress, die alle ein ähnliches Thema haben, und führst die Interviews mit einem Workshop auf der Meta-Ebene zusammen. So hast Du ganz schnell und leicht ein neues digitales Infoprodukt geschaffen.

Häufig ist ein Online-Kongress lediglich die Basis für ein gesamtes Online-Business. Sei es, dass es zu Deinem Kongress ein Coaching oder einen Kurs gibt oder indem Du über den Kongress einfach nur Kontaktdaten gewinnst (z.B. für ein Affiliate Business).

ACTION STEPS FÜR DURCHSTARTER:

- Lege fest, was Du mit Deinem Kongress erreichen willst! Wo stehst Du? Wo willst Du hin?
- Frage Dich, was Du selbst übernehmen kannst, und wofür Du eine(n) Expert*in brauchst. Beachte dabei auch, dass Profis den Job wahrscheinlich besser, schneller und billiger machen. Sei an dieser Stelle ehrlich zu Dir selbst und gebe gerne und vertrauensvoll Aufgaben ab.
- Lass Dich von der Komplexität eines solchen Projektes nicht einschüchtern! Lege los!



PRAXIS AUFGABEN

*Erfolgreiche
Online-Kongresse*



PRAXIS-AUFGABEN

ERFOLGREICHE ONLINE-KONGRESSE

1.) Was ist Dein Thema? Worum kann es in Deinem Kongress gehen? Welche Speaker mit welchen Themen wären interessant?

2.) Skizziere kurz schriftlich, welche Aufgaben Du selbst abbilden kann und wofür Du Expert*innen ins Boot holen willst/solltest!

DEINE NOTIZEN

ERFOLGREICHE ONLINE-KONGRESSE
