

Besuchermessung mit Event-Metrics

Live-Marketing Performance messen und analysieren

Die Zukunft des Messebaus startet hier

Was ist Event-Metrics?

Event-Metrics ist ein Tool zur Analyse des Besucherverhaltens auf und um Ihren Messestand. So erhalten Sie eine zentrale Datenquelle, die wertvolle Informationen zur Optimierung von Live-Events liefert. Die noch junge Funktionalität und Technologie automatisierten Besucher-Trackings liefert eine gänzlich neue Datenart. Die daraus zu gewinnenden Informationen sind nämlich nicht nur „neu“, vielmehr werden sie im Gegensatz zum klassischen Teilnehmer Management automatisch erfasst und können relational mit unterschiedlichen Modulen eines ERM-Systems vernetzt werden. Die Daten des Besucher-Trackings stehen folglich für spezifische Auswertungen und / oder KPI-Analysen zur Verfügung. Mit Hilfe des Event-Metrics Sensors werden die Daten rund um das Besucherverhalten gemessen und in Echtzeit auf der Event-Metrics Plattform zur Verfügung gestellt. So können Sie das Verhalten der Messebesucher um Ihren Messestand herum analysieren, Ihr Messekonzept analysieren und den Erfolg Ihrer Live-Kommunikations-Maßnahmen auf Basis definierter KPIs bewerten. So finden Sie beispielsweise Antworten auf Fragen wie:

- **Welches Exponat ist attraktiver?**
- **Welcher Tag und welche Uhrzeit sind besucherstark?**
- **Welche Veranstaltung ist am effizientesten?**

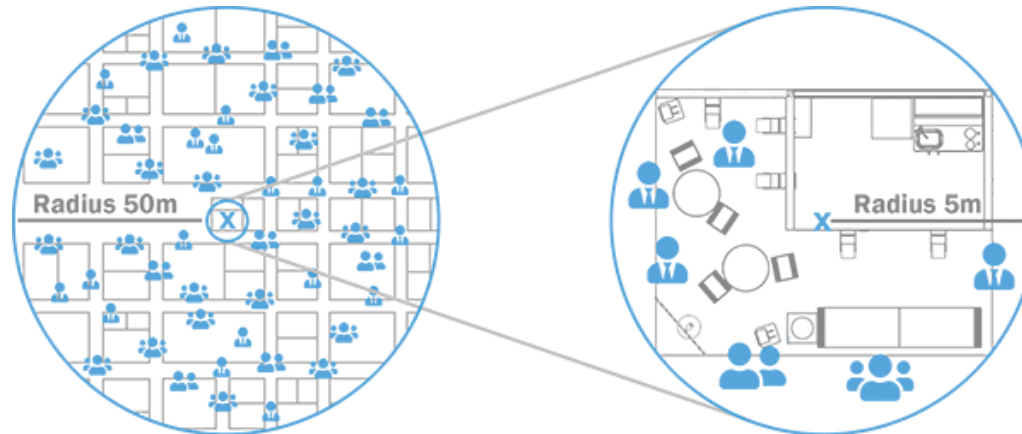
Event-Metrics Sensor

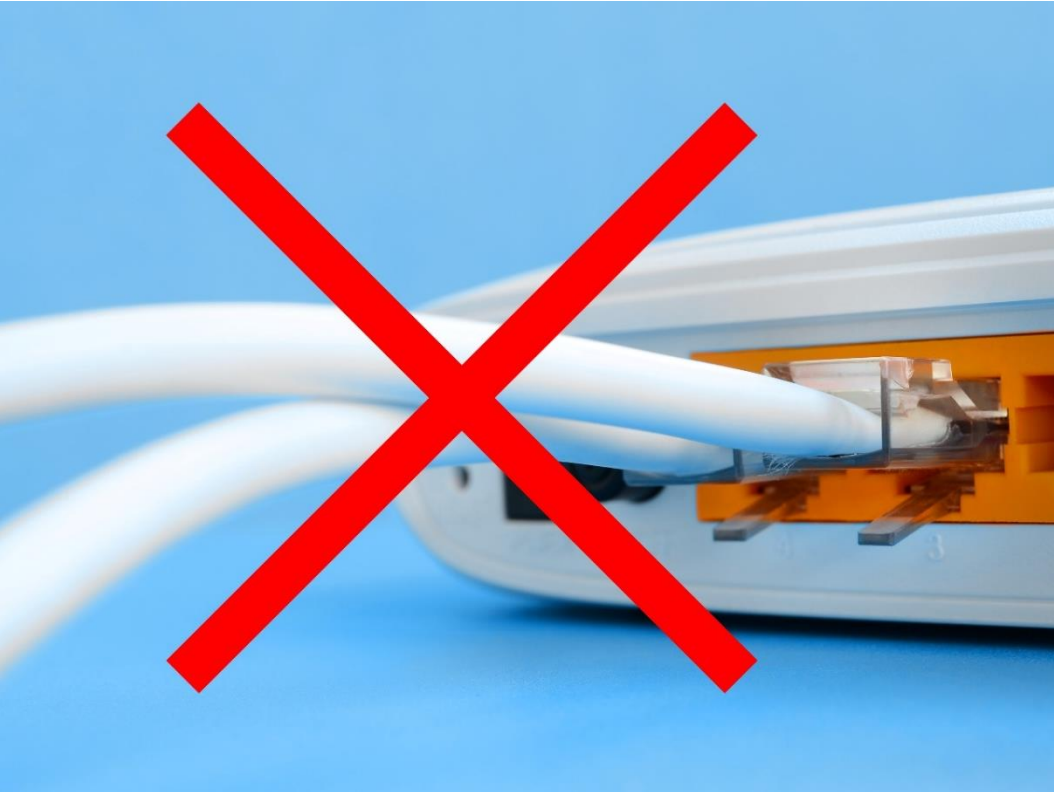
Für die Messung des Besucherverhaltens wird ein kleiner Sensor auf Ihrem Messestand platziert. Dieser misst auf Basis der WLAN-Technologie in einem maximalen Radius von 50 bis 100 Metern um den Messestand herum das Verhalten der Veranstaltungsbesucher. Die Besucher, die sich innerhalb dieser Reichweite aufhalten, werden erfasst und stehen in der ExpoCloud Insights App als sogenannte Passagen bereit.



Messung des Besucherverhaltens

Die Reichweite des Messradius hängt von Faktoren wie der Gangbreite und Bebauung vor Ort ab. Messebesucher, die sich innerhalb dieses Bereiches aufhalten, werden erfasst und stehen in ExpoCloud Insights als sogenannte Passanten bereit. Zur genauen Erfassung der Standbesucher misst der Event-Metrics Sensor in einem zweiten Radius, der individuell auf die Größe Ihres Messestands angepasst wird. Menschen, die sich länger als eine Minute innerhalb dieses Messradius aufhalten, werden als Besucher gewertet. Anschließend können Sie die Anzahl, die Verweildauer und die wiederkehrenden Besucher sehen.





WLAN-Tracking

WLAN-Tracking ist die Technologie zur Erfassung der Daten über das Besucherverhalten auf Messen, Events sowie im Einzelhandel, die der Event-Metrics Sensor verwendet. Dabei wird der sogenannte Probe-Request eines Smartphones genutzt, um die Anwesenheit einer Person beziehungsweise eines WLAN-fähigen Gerätes in einem bestimmten Raum zu erfassen. Das passiert, wenn ein solches Gerät nach einem WLAN-Hotspot sucht, mit dem es sich verbinden könnte. Dieser Probe-Request läuft automatisiert im Hintergrund bei Geräten, deren WLAN aktiviert ist.

DSGVO-konforme Erfassung

In den Anfängen des WLAN-Trackings wurde die MAC-Adresse, die eindeutige Kennung des WLAN-Chips des Endgerätes, genutzt. Doch aus Gründen des Datenschutzes, der die MAC-Adresse so wie beispielsweise die Hausnummer als personenbezogene Daten einstuft, haben die Hersteller der gängigen Betriebssysteme die MAC-Randomization eingeführt. Das hatte zur Folge, dass fortan nicht die tatsächliche, sondern eine zufällige Adresse kommuniziert wird. Der Prozess des Umstiegs auf das Verfahren der MAC-Randomization ist zwar noch nicht bei allen Herstellern abgeschlossen, doch man kann wohl davon ausgehen, dass heute etwa die Hälfte der MAC-Adressen zufällig sind. Das nimmt deutlichen Einfluss auf die Genauigkeit der Messergebnisse. Wenn ein Endgerät beispielsweise innerhalb von fünf Minuten zwei unterschiedliche MAC-Adressen sendet, dann würde diese Messtechnologie zwei unterschiedliche Besucher erfassen.

Auf Basis der Diskussion um die MAC-Randomization mussten Anbieter von WLAN-Tracking-Maßnahmen Wege finden, die Aussagekraft der Messergebnisse wieder zu erhöhen. Dazu hat unsere ExpoCloud ein Fingerprinting-Verfahren entwickelt, das die MAC-Adresse gar nicht mehr beachtet und stattdessen aufgrund anderer Parameter, die während eines Probe-Requests übermittelt werden, einen kombinierten Wert erstellt. Daraus ergibt sich eine Eindeutigkeit der Endgeräte und damit eine Aussagekraft der Messergebnisse, die 90 Prozent ergibt. Statistisch mag dieser Wert noch als nicht hoch gelten, ist aber den klassischen Verfahren, wie beispielsweise der MAC-Randomization (50prozentige Aussagekraft), weitaus überlegen.

Brand Awareness mit Event-Metrics bewerten

Wie bereits erwähnt, bietet Event-Metrics Ihnen Analysedaten zum Besucherverhalten auf und um Ihren Messestand. Dazu gehören die Anzahl der Messe- und Standbesucher, deren Verweildauer und den Anteil der wiederkehrenden Besucher – quasi wie Google Analytics im Online-Marketing.

Sie erhalten alle Daten in Form von interaktiven Grafiken über die gesamte Dauer der Veranstaltung und detailliert im Tagesverlauf. Die Performancedaten stehen als Grafiken oder Excel-Tabellen zum Download für Ihre Präsentation bereit. Damit werden Ihre Live-Kommunikations-Maßnahmen nicht nur so messbar und transparent wie Ihr Online-Marketing, macht Sie auf diese Weise bewertbar und bietet Ihnen somit eine datenbasierte Entscheidungsgrundlage für die strategische Ausrichtung Ihrer Live-Kommunikation.

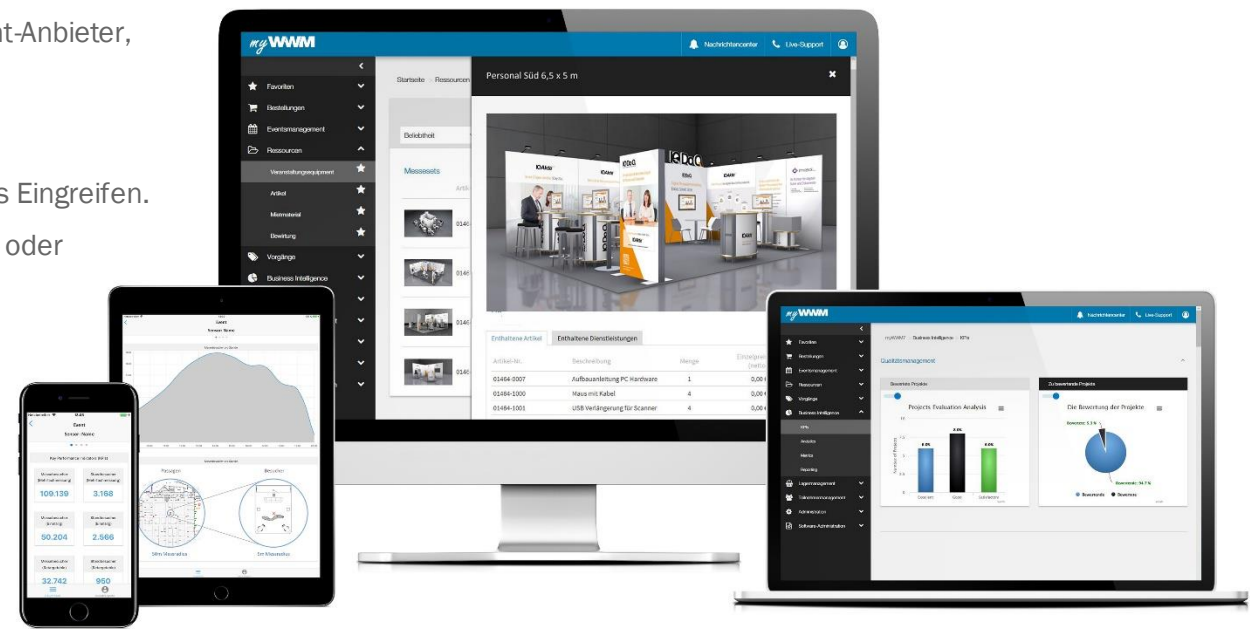


Alle Daten zur Event Performance stehen Ihnen auch in der Event Performance App ExpoCloud Insights zur Verfügung. So haben Sie alle Daten zur Hand und können alle Fragen jederzeit datenbasiert beantworten.

- Wird das Standkonzept angenommen?
- War die Aktion vor Ort erfolgreich?
- Welche Tageszeit ist die besucherstärkste?
- Wie lange verweilen die Besucher an welchem Exponat?
- Wie hoch ist der Anteil der wiederkehrenden Besucher?

Geschäftsanalysen in der Live-Kommunikation

Das Business Analytics Modul von ExpoCloud Event-Metrics zeigt die Umsatzverteilung nach Produkt- und Dienstleistungsgruppen auf. Detaillierte Auswertungen bis auf Artikelenebene decken auf, welche Produkte oft eingesetzt werden und welche nicht. Wichtige Insights zur maximalen Performancesteigerung innerhalb der ExpoCloud. Hiervon profitieren Mietequipment-Anbieter, Werbemittelhändler, Aussteller, Caterer und Messebauer gleichermaßen. Die zusätzlichen Qualitätsanalysen decken frühzeitig auf, ob die vorgegebenen Qualitätsmanagement-Standards eingehalten werden und ermöglichen ein gezieltes Eingreifen. Mit der Reporting Funktion von Event-Metrics können automatisiert standardisierte oder individuelle Berichte eingestellt, erstellt und turnusmäßig verschickt werden.





WWM
live.digital.hybrid

Sie wollen noch mehr wissen?

Hier gibt es noch mehr interessante Informationen, um mit Ihrem nächsten Messeauftritt so richtig durchzustarten. Direkt zum [Whitepaper-Download](#)

Oder lassen Sie sich direkt von einem unserer Experten für Event-Metrics beraten. Zu den [Experten](#)