

HUR GÖR DU ETT OFÖRGLÖMLIGT EVENEMANG?



Checklista: Företagsevenemang

För mässor, konferenser och produktlanseringar till workshops och teambuilding-evenemang - ditt företag håller troligen en mängd företagsevenemang varje år. Och den nya, post-pandemiska verkligheten gör att evenemang har blivit mer komplexa, inklusive hybridevenemang som kombinerar det fysiska evenemanget med virtuella onlinekomponenter. Så hur maximerar du avkastningen på dina företagsevenemang? InviteDesk kan hjälpa dig att göra just det. För att göra din planeringsprocess enklare har vi sammanställt en checklista för företagsevenemang som hjälper dig att hålla koll på allt.

Din checklista för företagsevenemang - för väldigt lyckade evenemang!

På InviteDesk vet vi av erfarenhet att detaljerad planering är av största vikt, särskilt i detta "nya normala". Så för att hjälpa dig att maximera avkastningen på dina evenemang och för att se till att dina mest uppskattade deltagare kommer att finnas på plats, har vi utvecklat den här praktiska checklistan som du kan använda när du planerar ditt nästa evenemang.

1. Fastställ syfte och mål med evenemanget (och kom överens om dem)

Det är den första i ordningen, eftersom det styr resten av din planering, beslut, kommunikation och engagemang från kollegor. Vad vill du uppnå med ditt evenemang? Funderar du på att introducera en ny produkt? Letar du efter nya affärsmöjligheter? Eller vill du förstärka relationen med dina kunder? Oavsett din plan, se till att du bestämmer dig för följande:

- Bestäm syfte och mål. Vad vill du få ut av evenemanget?
- Om du har olika mål, tänk på vilka som måste prioriteras.
- Ange helst och förklara dem med hjälp av SMART-principen.
- Se till att alla berörda intressenter är medvetna om syfte och mål samt håller med om dem.

2. Vad är receptet för ett bra evenemang? Rätt innehåll för rätt deltagare!

Med ditt syfte och dina mål i åtanke, bestäm innehållet i ditt evenemang samt hur du presenterar det för dina deltagare. Om deltagarna matchar ditt innehåll och vice versa, kommer detta att ge dig en mycket bättre konvertering av leads.

- Med dina mål i åtanke, definiera din (idealiska) målgrupp.
- Bestäm dig för ett tema och/eller en titel som passar dina mål samt låter tilltalande hos dina ideala deltagare.
- Definiera innehållet för att uppfylla dina mål och se till att det matchar (eller överträffar) deltagarnas förväntningar.
- Genom att göra det: "Tänk stort": hur kan ditt evenemang bli "ett minne för livet"?
- Förbered målgruppsinformation. Att informera/diskutera med säljteamet är självklart.
- Se till att alla teammedlemmar som är inblandade i inbjudningsprocessen får fullständig information om vilken typ av deltagare du är ute efter och hur detta överensstämmer med evenemangets innehåll, syfte och mål.

3. Välj datum (och plats) för ditt evenemang

Du vill naturligtvis påverka. Så när är den bästa tiden att arrangera evenemanget för att uppnå bästa resultat?

- När är dina deltagare mest tillgängliga?
- Tänk på helgdagar och konkurrerande evenemang i kalendern.
- Kan du dra nytta av en speciell tid på året eller ett jubileum i din sektor?

Kom ihåg att tänka på lokal också.

- Bestäm vilken typ av evenemang (fysiskt, online eller hybrid) som funkar bäst för dina deltagare och dina mål. Tänk noga på fördelar och nackdelar med varje typ av evenemang.
- Vilken lokal behöver du som arrangör för att hantera de antal deltagare som du planerar att ha på plats (samt imponera på)? Tänk på kapacitet, plats, utrustning, teknik etc.
- Vilken teknik kommer du att använda om du kör virtuellt?

4. Förbered och schemalägg dina evenemangsaktiviteter

Det är här du sätter och bestämmer ordningen på dina aktiviteter samt kommunicerar med dina leverantörer och samarbetspartners. Detaljerad och strukturerad planering skapar förutsättningar för ett framgångsrikt evenemang. När du kommunicerar ditt schema med externa parter, se till att du samordnar i rätt tid och tar hänsyn till eventuella helgdagar eller förseningar.

- Slutför din lista på talare.
- Bestäm vem som ska tala när och hur länge. Kommer du att ha Keynote talare?
- Bestäm hur kommunikationsflödet för evenemanget skall ske.
- Koordinera med evenemangsleverantörer: catering, utrustning, montering av monter etc. Om du väljer att köra ett online- eller hybridevenemang är det viktigt att jobba med partners som har rätt erfarenhet och utrustning för att ta ditt evenemang till nästa nivå.
- Informera dina leverantörer om tidpunkten och de viktigaste aspekterna av deras produkt och leverans.

Vad du än gör, schemalägg ditt evenemang så att saker och ting flyter på, går snabbt och smidigt och enligt plan. Det hjälper till att göra det till ett intressant och framgångsrikt evenemang.

5. Få de gäster du förtjänar med en tight kommunikationsplan

Erbjud dina deltagare en professionell upplevelse från början till slut. InviteDesks mjukvara möjliggör för dig att enkelt sätta upp hela kommunikationsflödet med inbjudan, påminnelse, bekräftelse, kommunikation före evenemang, tack e-post, efterföljande undersökningar mm. - med bara några få klick.

- Definiera hur och var du når din målgrupp. Tänk på alla medier. Till exempel: e-post (har du tillräckligt med data, har du tvättat uppgifterna?), Sociala medier (personlig och/eller kommersiell reklam), personliga inbjudningar från sälj etc.
- Tänk över hur du har koll på anmälningarna, följer upp dem samt ha koll på kvaliteten på deltagarna. När allt kommer omkring vill du inte behöva ringa sista minuten-samtal för att se till att rätt personer kommer att dyka upp.
- Förbered en fullständig planering av alla utskick: Kommer du att skicka en teaser, till exempel en Save the Date, för att meddela det kommande evenemanget? Och när? Hur är det med schemalaggningsen av dina inbjudningsmail och påminnelsemail?
- Kom ihåg att lägga till relevant intern kommunikation också i din planering av utskick (till exempel tillfälle för att diskutera med sälj och ledning gällande evenemangets status och hur det går).

- Håll dina deltagare intresserade: kommunicera före och efter evenemanget.
- Bestäm vilken lösning du ska använda för kommunikation, eftersom du vill få dina deltagare att känna sig som VIP-gäster. Kommunicera i tid, personligt och varumärkesanpassat. (Med vår mjukvara vara kan du enkelt välja rätt varumärke, stil och anpassning och därmed lägga till en professionell prägel på alla dina inbjudningar.)
- Förbered uppföljningen av evenemanget samt de e-postmeddelanden som skall gå ut - ett enkelt sätt att vinna nya kunder!

6. Gör alltid en testkörning!

Att testa och repetera är ett måste för ett framgångsrikt evenemang. Testkörningen visar på eventuella logistikfel i ditt evenemang. Du får också input på om innehållet behöver justeras och/eller kompletteras samt om det är saker som måste justeras/ändras timingmässigt. Även om din testkörning går snabbt, var noga med att inkludera alla evenemangets delar!

- Bjud in alla talarna samt delaktig personal till testkörningen.
- När du använder tekniska funktioner, glöm inte att testa dessa i förväg. En testning på själva evenemangsdagen kan ofta vara alldeles för sent.
- Säkerställ att evenemangsansvariga/koordinatorer är förberedda.
- Har alla teammedlemmar för evenemanget de verktyg de behöver? Med InviteDesk är information i realtid tillgänglig för teammedlemmar via deras mobiler. Detta hjälper processen att fungera smidigt och håller alla informerade om evenemangsdagen.

Var försiktig så att du inte mikrohanterar. Testkörningen säkerställer övergripande att evenemanget kommer att gå smidigt. Små detaljer kan hanteras - även kreativt - beroende på hur liveevenemanget utvecklas. Saker kanske går fel, men om du stöter på problem, var lugn, notera och vidta åtgärder för att undvika samma problem nästa gång.

7. Evenemanget är bara början

När dörrarna stängs eller webinarer slutar betyder det inte att allt arbete är gjort. Tvärtom: framgången för ett evenemang beror ofta på följande aktiviteter.

- Skicka ut tackmeddelande och dela inspelningarna, presentationerna eller annat relevant material som du kan ha lovat dina deltagare.
- Förläng evenemangsupplevelsen med en film som togs under evenemanget.

- Se till att säljpersonal följer upp efter evenemanget (baserat på vad ni kommit överens om tidigare).
- Se till att all relevant information om dina gäster lagras (i enlighet med GDPR, naturligtvis) så att du kan använda den på lämpligt sätt vid försäljning, marknadsföring eller för framtida evenemang.

8. Se framåt: gör en grundlig utvärdering av ditt evenemang

Undersökningar kan hjälpa dig att utvärdera evenemanget, övervaka evenemangets resultat över tid samt samla in relevant information om dina kunder och prospekts intressen för att förbättra din marknadsföring av kommande evenemang samt göra den mer riktad.

- Undersök hur deltagarna upplevde ditt evenemang. Ta verkligen del av deras förslag och input. Detta kommer att ge dig nya idéer som du kan använda för framtida evenemang.
- Håll ett utvärderingsmöte av evenemanget med ditt team strax efter genomförandet, när allt är färskt.
- Kom överens om styrkor och svagheter med ditt evenemang. Hur hanterar du detta nästa gång?

Har du svårt att få feedback från evenemangen? Mjukvaran gör det enkelt för dig att samla in feedback via undersökningar eller via direkta frågor under själva evenemanget. Använd även insikter från realtidsdata, till exempel (icke) närvaro.

Förbered dig på innovativ hantering av evenemang

Organisation av evenemang är ett yrke i sig. Det är väl värt att lita på lite experthjälp. Vi har utvecklat denna ombärliga checklista för evenemangsplanering utifrån vår erfarenhet av försäljning, marknadsföring och hantering evenemang!

Vi har utvecklat en mjukvara för hantering av evenemang. Den är unik på marknaden, InviteDesk är en innovativ och smidig lösning för evenemang som gör att ditt marknadsförings- och säljteam kan arbeta mycket effektivt tillsammans och därmed generera en hög avkastning.

Använd vår mjukvara för fysiska, virtuella och hybrid evenemang. Bjud in rätt deltagare, engagera dem och gör dem till värdefulla kontakter för nuvarande och framtida affärer.