

GUIDE

SÅDAN FÅR DU SUCCES MED AT
PLANLÆGGE ARRANGEMENTER



VISIT
MIDDELFART
MØDE & KONFERENCE

SÅDAN FÅR DU SUCCES MED AT PLANLÆGGE ARRANGEMENTER

Har du til opgave at planlægge arrangementer i din organisation? Så ved du om nogen, at det er dit ansvar, at det hele spiller fra start til slut. Og at pilen peger på dig, hvis der er noget, der glipper undervejs.

Læs min guide og skriv dig mine råd bag øret. Så bliver du bedre rustet til at planlægge fremtidige arrangementer og vil være skarp på hver enkelt lille detalje.



PLANLÆGNINGSPERIODE

Under planlægningen af ethvert arrangement vil venue være noget af det første, som du skal have på plads. Og størrelsen er afgørende for, hvor tidligt du skal være ude for at sikre dig den ideelle lokation.

Jo større arrangement, der er tale om, jo før skal du sørge for at få venue på plads. Er du tovholder på et arrangement med mere end tusind deltagere, vil der naturligt være færre venues at vælge imellem. Derfor skal du ikke trække tiden for længe.

Du kan aldrig være ude i for god tid. Men husk at have styr på et eventuelt afbestillingsgebyr.

ARRANGEMENT MED 100-250 DELTAGERE
Book minimum 3 måneder før

ARRANGEMENT MED 250-500 DELTAGERE
Book minimum 6 måneder før

ARRANGEMENT MED 500-1000 DELTAGERE
Book minimum 9 måneder før

ARRANGEMENT MED 1000+ DELTAGERE
Book minimum 1 år før

FORMÅLET

Vær skarp på formålet med det enkelte arrangement. Både før, under og efter det løber af stablen. Lad formålet være den røde tråd, der binder alle elementer af dit arrangement sammen. Det gælder alt lige fra venue til invitationer og program - og hvem deltagerne er.

- Hvorfor skal I mødes?
- Hvad vil I gerne opnå? Hvad er det ønskede udbytte med arrangementet?
- Skal deltagerne informeres, generere ideer eller rystes sammen?
- Hvilken stemning skal der være?
- Hvilke deltagere vil I gerne have fat i? Interne eller eksterne?
- Skal der være et højt eller et lavt formalitetsniveau?

PROFESSIONEL SAMARBEJDSPARTNER

Overvej om den tid, du har at lægge i arrangementet, er tilstrækkelig. Og om din erfaring matcher den udfordring, som du står over for.

Måske er det en god ide at få professionel hjælp udefra. Der kan være mange timer at spare ved at bruge en PCO (Professional Congress Organiser), et eventbureau eller en anden sparringspartner. Så er du sikker på, at dit arrangement bliver håndteret på professionel vis.



PROGRAMMET

Allerede tidligt i processen skal du gøre dig tanker om, hvilket indhold der skal være.

Er der et fagligt indhold - så er der større chance for, at du har held med at booke den eller de oplægsholdere, som du helst vil have med. Er det underholdning, er der større sandsynlighed for, at jeres foretrukne entertainer er ledig, og er det events, kan der være en lang produktionstid.

Glem ikke den røde tråd, og hav hele tiden fokus på, hvad I gerne vil have ud af arrangementet. Sammensæt et program, der matcher deltagerne og formålet. Og tænk også over pausernes antal og indhold. Undersøgelser viser, at deltagerne kun kan holde fokus i 20 minutter ved envejskommunikation og 90 minutter ved dialog.

- Hvornår skal dit arrangement finde sted?
- Hvilke oplægsholdere er relevante at booke?
- Hvordan kan du aktivere og involvere den enkelte deltager?
- Giver det mening at sætte tid af til gruppearbejde eller måske brainstorming?
- Skal deltagerne udfordres via teambuilding?
- Vil en ekstern facilitator sikre, at I når bedre i mål?
- Hvad skal der ske i pauserne? Mobiltjek, bevægelse, time-out?
- Skal der afsættes tid til uformel small-talk?

BUDGETTET

Det samlede budget for dit arrangement er med til at definere de rammer, du har at arbejde indenfor. Det skal derfor være på plads så tidligt i forløbet som muligt. I nogle tilfælde har du et budget, som du skal få det bedste ud af - i andre tilfælde defineres arrangementet, og så lægges budgettet derefter.

- Hvilket niveau skal forplejning og lokation have?
- Er der deltagerbetaling?
- Kan du sælge udstillingsplads til leverandører?
- Kan du gøre brug af sponsorater eller fundraising?
- Vil det give mening at indføre et no-show gebyr?
- Lav evt. 2-3 budgetter;
Et med forventede antal deltagere og så to +/- 25% deltagere. Det kan have stor betydning i forhold til de faste omkostninger i budgettet. Sammenhold dine budgetter med afbestillingsbestemmelserne og mulighederne for at op- og nedjustere antallet hos leverandørerne.

RAMMERNE

Lokationen er endnu et vigtigt led i din planlægning. Overvej, hvad der er vigtigt for målet med arrangementet. Det skal ikke bare kunne fungere i praksis, men også matche dit arrangement i forhold til stemning og omgivelser.

- Skal det være i natur-omgivelser eller bynært?
- Skal det ligge midt i landet?
- Matcher stemningen på stedet dit arrangement?
- Matcher indretning og møbler dit arrangements standard?
- Har stedet det antal lokaler, som du har brug for?
- Overvej om I ønsker stedet helt for jer selv
- Er der adgang til det AV-udstyr, du skal bruge?



- Er der mulighed for overnatning?
- Hvordan er mulighederne for udendørs dekorationer? Banner, flag, rød løber m.m.
- Er der behov for særlige adgangsforhold?
- Er der mulighed for byinvolvering i forhold til vejvisning, opsætning af skilte, flagallé og velkomst - særligt ved større arrangementer?
- Er der en god kontaktperson på venue, som du kan sparre med?

LOGISTIKKEN

Hvad gør det til en god oplevelse for deltagerne at komme til dit arrangement? Først og fremmest, at det er nemt at komme frem, at det er let at parkere, at der måske er sørget for transporten og eventuelt, at der er offentlig trafik i nærheden.

Find en lokation, der er nemt tilgængelig for alle deltagere. Kommer de fra flere forskellige områder, så vælg en lokation midt i landet. Tænk hele tiden over, hvordan du kan skabe den bedste oplevelse for den enkelte deltager. Derfor er det vigtigt, at du kender noget til deltagerne.

- Kan transporttiden udnyttes effektivt i form af information eller opgaveløsning?
- Er det en fordel at arrangere fællestransport?
- Er der gode parkeringsforhold?
- Hvem betaler for transport, og er der regler for hvilken type, der må anvendes?
- Hvordan skal afregningen foregå?
- Er der brug for bagageservice?
- Kunne reservation af p-pladser til VIP-gæster eller foredragsholdere være en god ide?

FORPLEJNINGEN

Også når det kommer til forplejning, er det afgørende, at den passer til deltagere, set-up og formalitetsniveau. Tænk altid forplejningen ind i dit program og den røde tråd, så den indgår som en naturlig del. Hvad enten det er ude, inde eller på tur.

- Hvor lang tid kan/skal der bruges på spisning?
- Skal der være en signalværdi? Fx specielt fokus på økologi, bæredygtighed, vegetarisme eller andet?
- Skal spisepauserne bruges til andet end at spise; netværk, arbejde, beskeder/emails
- Er din virksomhed selv fødevareleverandør
- ønsker I jeres egne produkter på bordet?
- Hvad vil være passende; en hurtig sandwich, en overdådig buffet eller en helt anden løsning? Antal retter og gastronomisk niveau skal afstemmes
- Hvem skal betale for hvad
- og præcis hvor meget er inkluderet?
- Er der deltagere med særlige præferencer - allergier eller ønsker? Hvis muligt, aftal serveringen til disse med venue, så det bliver så diskret som muligt. De fleste ønsker ikke at udstille særlige præferencer

INVITATIONEN OG TILMELDINGERNE

Hvis du har med et større arrangement at gøre, vil det være en god ide at anvende en webbaseret tilmeldingsløsning. Hvis du samarbejder med en PCO, kan de tilbyde at lave det, men der findes også udbydere af programmer, som du selv kan anvende.

HVAD SKAL EN INVITATION INDEHOLDE?

- Titel, dato, tidspunkt og sted
- Formål og program
- Praktiske oplysninger; fx transport, parkering, dresscode, ting der skal medbringes og/eller forberedes samt overnatningsmuligheder
- Tilmeldingsfrist og tilmeldingsform
- Eventuelt deltagergebyr og hvordan og hvornår det betales
- Afsender og kontaktperson

MATERIALERNE UNDER ARRANGEMENTET

Tænk igennem i god tid, hvad du gerne vil udlevere til deltagerne. Både før, under og efter arrangementet. Det giver dig god tid til at få det produceret eller indkøbt.

- Skal du have lavet hand-outs af eventuelle præsentationer og opgaver?
- Skal deltagere eller oplægsholdere have en gave?
- Skal der laves navneskilte, bordkort, menukort eller andre skilte?
- Skal der lægges noget på deltagernes værelser?
- Hvad med goodiebags?
- Skal der sendes referat eller andet ud efter arrangementet?

DREJEBOGEN

Lige meget hvor erfaren du er i at planlægge arrangementer, har du brug for en drejebog. Brug den gerne helt fra starten. Plot alle opgaver ind. Store som små. Påfør deadline og ansvarlig person ved hver opgave.

En drejebog er med til at skabe det nødvendige overblik og er et uundværligt redskab ved ethvert større arrangement.

DE SIDSTE 1-3 MÅNEDER

- Opfølgning på antal tilmeldte i forhold til afbestillingsbetingelser
- Opfølgning på foredragsholdere og andre aktører
- Reminder til ikke-tilmeldte
- Opfølgning på tryksager og anden produktion af effekter
- Forberedelse af diverse præsentationer, musik, deltagerlister, hand-outs og navneskilte
- Plan B alle de steder, hvor det er nødvendigt

UGEN OP TIL ARRANGEMENTET

I ugen op til arrangementet kommer du med sikkerhed til at løbe stærkt. Alle detaljer skal nu gerne være på plads. Men de skal stadig afstemmes, så du kan være sikker på, at alt kommer til at spille på dagen. Og det gælder alle de leverandører, der er i spil.

- Er der styr på det aftalte i forhold til venue?
- Hvad med dine oplægsholdere?
- Har du afstemt med transportør og cateringfirma?
- Er der styr på lys/lyd?
- Er tryksager og hand-outs produceret?
- Vil du sende en appetizer, hvor du løfter sløret for dit arrangement?
- Har du kontaktoplysninger på alle leverandører til brug på selve dagen?
- Hvor kan der blive brug for en plan B?

PÅ DAGEN

Kom i god tid. Gerne allerede dagen før, arrangementet finder sted. Det giver dig tid til at handle, hvis noget mangler eller er gjort forkert.

Tjek igen op med venue, om alle detaljer er på plads, og hils på de forskellige kontaktpersoner og leverandører på stedet. Aftal gerne en plan B med dem, hvor det er nødvendigt.



EFTER ARRANGEMENTET

Når arrangementet er overstået, er din arbejdsindsats ikke helt ovre. Der er stadig et par ting, der skal gøres.

- Har du lavet regnskab?
- Skal der sendes takkemails?
- En videohilsen med klip fra arrangementet kunne virke godt
- Kan du anvende de sociale medier?
- Skal der sendes et referat ud?

EVALUERINGEN

Prioriter altid evaluering af et arrangement. Plot en dato i kalenderen på forhånd, så du er sikker på at få det gjort. Tag alle erfaringer og guldgruber med dig videre. Og evaluer ikke alene selve arrangementet, men også planlægningsprocessen. Måske er det relevant at spørge deltagerne om deres oplevelser.

Evaluer gerne med venue, hvis du finder det oplagt at bruge samme lokation til et senere arrangement.

- Blev formålet opfyldt?
- Hvad gik godt, og hvad gik skidt?
- Blev det nødvendigt at skride til plan B og i hvilke tilfælde?
- Hvordan ser det ud med ROI (Return of Investment) og budgettet?
- Hvad kan du tage med dig videre til næste arrangement?
- Havde du et godt samarbejde med de enkelte leverandører?
- Hvem er oplagte at anvende igen?
- Kunne området/venue noget specielt?

HAR DU FÅET FYLDT VÆRK TØJSKASSEN OP?

Én ting er sikkert: Intet er overladt til tilfældighederne ved et succesfuldt arrangement. Der ligger ikke bare timers, men måneders arbejde bag ethvert større arrangement. Og det stiller store krav til den ansvarlige planlægger, der står bag.

Er du knivskarp på formålet med det næste arrangement, som du står over for? Og er du bevidst om de overvejelser, du bør gøre dig om hver enkelt mindre detalje? Så er du godt klædt på til at planlægge et arrangement, der ender ud som en succes.

God fornøjelse!

Med venlig hilsen

Majbritt Chambers

majbritt@visitmiddelfart.dk

Tel: +45 8844 2004

Mobil: +45 2014 7719

Besøg vores hjemmeside her



VISIT
MIDDELFART
MØDE & KONFERENCE