VÅRE

BESTE TIPS

TIL ET VELLYKKET ARRANGEMENT

Oslofjord

CONVENTION CENTER

INNHOLD

PLANLEGGING	Side 3
INNLEDNING	Side 4
HVORFOR HA ET ARRANGEMENT?	Side 5
HVEM SKAL KOMME?	Side 6 - 7
HVA SKAL KONSEPTET VÆRE?	Side 8 - 9
BUDSJETT	Side 10 - 11
ARRANGEMENTETS INNHOLD	Side 12 - 13
TA KONTAKT TIDLIG	Side 14
HUSK UNDERHOLDNINGEN!	Side 15 - 16
RAMMENE	Side 17 - 18
UFORMELL MØTEPLASS	Side 19
FINN RIKTIGE LOKALER	Side 20 - 21
MARKEDSFØRING	Side 22 - 23
AVKLARINGER	Side 24
VÆR UTE I GOD TID!	Side 25
GJENNOMFØRING	Side 26
KOMMUNIKASJON	Side 27
UKEN FØR	Side 28
DAGEN FØR	Side 29
VED ÅPNING	Side 30
UNDERVEIS	Side 31
OPPFØLGING	Side 32 - 33
TILBAKEMELDING	Side 34
COVID-19	Side 35
PASS PÅ SMITTEVERN	Side 36
REGISTRERING AV DELTAGERE	Side 37
VIDEO OG STREAM	Side 38
TAKK	Side 39

Planlegging

Å stå ansvarlig for et arrangement i regi av bedriften kan være en veldig god måte å markere deg i markedet på – eller det kan være en perfekt anledning til å bygge intern kultur og lojalitet hos dine ansatte.

Vi har laget denne guiden for å sikre at du som arrangør er trygg på hvordan du både planlegger, forbereder og følger opp et arrangement. Med denne i bakhånd vil du garantert bli tryggere i rollen din!

Innledning

Det kan virke veldig overveldende for den som har fått ansvaret, og det skjønner vi godt. Uansett om det er et arrangement for 300 eller 3000 personer, er det mye som må på plass i forkant. Det er også noen feller du for all del må unngå, og noen tips og triks som sannsynligvis vil gjøre opplevelsen vesentlig bedre for deltagerne – uten at det nødvendigvis blir mer jobb for deg.

Det viktigste for et godt arrangement er god planlegging. Det handler om alt fra når og hvor det skal arrangeres, til underholdning og bespisning. Alt dette må være på plass i god tid, men det aller viktigste starter imidlertid før dette igjen, og det handler om noe enda mer grunnleggende.

Hvorfor skal du ha et arrangement?

Noe av det første dere må finne ut av, er det grunnleggende spørsmålet om hvorfor dere skal avholde et arrangement. Hva er visjonen som ligger bak? Dette vil påvirke alt fra hvilke foredragsholdere eller andre innslag du sikter deg inn på, til hvor arrangementet skal holdes.

Det er også viktig å tenke over hva dere som bedrift vil ha ut av arrangementet. Er dette et ledd i markedsføringen av dere som bedrift? Skal det gi deltagerne en mulighet til å knytte kontakter i bransjen? Eller er dere interessert i å tjene penger basert på billettinntekter? Mange bedriftsarrangementer dreier seg om noe faglig. Det kan være konferanser, foredrag, ledersamling eller seminarer. Men selv fagkongresser kan løftes til et nytt nivå ved å bringe inn det sosiale og underholdende.

I denne fasen er det også viktig å tenke over hva deltagerne skal sitte igjen med etter å ha deltatt. Det er viktig at de føler at det var verdt både den eventuelle billettprisen – og ikke minst den store investeringen i tid det faktisk er å delta. Alt dette er ting som bør være avklart og forankret før planleggingen begynner for alvor.

Hvem skal komme?

Hvem er gjestene, eller kunden? Hvilken yrkesgruppe tilhører deltagerne? Er det en god fordeling mellom kjønnene? Hvilken aldersgruppe tilhører de? Alt dette er med på å sette en ramme for hva som vil egne seg best. Om du henvender deg til bygningsarbeidere eller advokatforeningen, gir en viktig pekepinn på for eksempel passende underholdning.

Å definere hvem som er målgruppen for arrangementet er noe av det aller viktigste tidlig i prosessen. Det vil legge sterke føringer for hele arrangementet: Alt fra hva som skal skje på scenen, til hvordan middag og overnatting bør organiseres, vil påvirkes av hvem som er målgruppen.

Å arrangere en intern konferanse for bedriften, vil stille helt andre krav til innhold, utforming og valg av lokaler, enn hvis du skal arrangere en dataspillmesse for et ungt publikum – eller et idrettsarrangement. Husk også å ha et bevisst forhold til det faglige nivået hos deltagerne. Det er et viktig hensyn å ta når programmet skal utvikles senere.

Dette henger naturligvis sammen med hva som er målet for arrangementet: Hvis dere vil øke kjennskapen til bedriften i et marked, er det lite fornuftig å tenke på nåværende ansatte i utformingen.

Hva skal konseptet være?

Når spørsmålet "hvorfor gjør vi dette?" er grundig besvart, og du har et tydelig mål for hva både dere og deltagerne skal få ut av arrangementet, handler det om å finne et konsept. Et godt konsept skal være bredt nok til at det fenger alle som deltar, men samtidig smalt nok til at det kan ha en tydelig rød tråd.

For å pirre interessen til de du vil skal delta, bør du tenke litt dristig i utforming av konsept og navngivning av arrangementet. Eksempelvis vil tittelen «Slik blir du fremtidens byggmester med de nye forskriftene» være et mer fristende tema enn «Endringer i bygningsforskriftene fra 2010-2020». Du må likevel huske på at du skal klare å levere på det du lover, så det gjelder å tenke grundig gjennom konseptet.

Konseptet legger føringer for hvilke musikalske innslag som passer best, hva slags mat som skal serveres og hvilken servicegrad som er nødvendig. Det kan være alt fra formell forretningsaften til cosplay for ungdom. Under en formell forretningsaften gjelder ofte stikkord som konferansier, mingling, fri bar og ala carte meny. For bilmekanikere på teambuilding er det mer aktuelt med stikkord som konkurranser, humor, fellesskap og en ujålete meny.

Lag et grundig (og realistisk) budsjett

Før du begynner å planlegge noe konkret, er det viktig at du har satt opp et grundig budsjett. Dette må inneholde alle utgifter du forventer vil dukke opp – fra leie av lokaler til små gaver til foredragsholdere. Hvis du har planer om å selge billetter til eksterne gjester, er dette tidspunktet hvor du vurderer hva billettene skal koste. Dette vil avhenge av hvilket program du ønsker deg, hvor arrangementet skal være og hvem du ønsker som deltagere.

Skal du arrangere en konferanse for med foredragsholdere av internasjonalt kaliber, vil det stilles større krav til det faglige programmet – men det vil også være større betalingsvilje. En konferanse med en internasjonal stjernegjest som Google-grunnlegger Sergey Brin, eller en tidligere president, vil kunne ta vesentlig bedre betalt for billettene, enn et arrangement for en yngre målgruppe i starten av sin karriere.

Når du har satt opp budsjettet, kan du begynne å kontakte ulike leverandører for å innhente priser. Du har sannsynligvis noen ideer om hva du ønsker deg, men som regel må man ta noen nye vurderinger når alle prisene er hentet inn. Det er imidlertid viktig å gjøre denne jobben grundig for å unngå dyre overraskelser når det er for sent å endre kurs.

Husk også at jo tidligere du kommer i gang med planleggingen, jo større muligheter har du til å forhandle på pris og betingelser. I tillegg kan du velge fra øverste hylle når det gjelder lokale og andre leverandører.

Hva skal arrangementet inneholde?

Innholdet er tross alt den aller viktigste delen av et arrangement – uansett hvem som er målgruppen. Hovedtemaet bør allerede være på plass, men nå er det på tide å konkretisere litt mer. Et godt tips er å sørge for at hele arrangementet har en rød tråd, og at foredragsholderne og andre bidragsytere dermed bidrar til å belyse samme tema fra ulike vinkler.

Lag gjerne en liste over fiktive titler på aktivitetene og foredragene, allerede før du har landet hvem som skal stå på scenen. På den måten kan du se helheten i arrangementet og får en god idé om hvordan det endelige programmet vil se ut.

Her gjelder det også å være kreativ i utformingen av programmet – med målgruppen i bakhodet. Hva med å arrangere et internt idrettsmesterskap mellom foredragene? Bør årets jubileum gjøres litt ekstra stas på med en gallamiddag, eller en glamorøs intern prisutdeling? Er temaet i utgangspunktet litt tungt, kan det være en god idé med humoristiske innslag – for eksempel en stand up komiker. Her er det rett og slett bare fantasien som setter grenser!

Ta kontakt tidlig

Når du har fått satt programmet, og har temaer for de ulike innholdselementene på plass, bør du begynne å kontakte potensielle foredragsholdere, artister og andre som skal bidra med noe. Her kan det være veldig nyttig å involvere større deler av bedriften. Send ut listen over temaer internt og be om forslag til gode personer å kontakte. Sjansen er stor for at noen andre i selskapet har sett noen eller noe som har imponert dem et annet sted og ved en annen anledning.

Sett opp en prioriteringsliste over hvem du helst vil ha til de ulike postene på programmet, og kontakt dem for å finne ut om de er interesserte. For større arrangementer med mange eksterne bidragsytere, bør denne jobben gjøres minimum et halvt år i forveien. Det vil dukke opp uforutsette endringer, og når du har startet tidlig vil du ha større mulighet til å finne gode erstatninger om noe skulle skje.

Gi de potensielle bidragsyterne en kort introduksjon til hva arrangementet handler om, og hva du tenker at de kan bidra med. Når du etter hvert har fått bekreftet hvem som kan stille opp til alle delene, bør du ta en ny runde med programmet for å se om det fortsatt er optimalt. Kanskje bør noen av temaene justeres? Eller kanskje du må kutte i tiden på noen av delene?

Husk underholdningen!

Ok, så det viktigste er på plass i form av konsept og bidragsytere. Da bør du ta stilling til det som skal være underholdende og gøy under ditt arrangement.

Skal du ha en egen, dedikert konferansier som introduserer de ulike innslagene? Skal dette være sjefen i selskapet deres? På en intern bedriftskonferanse vil det være naturlig og fungere godt, men på større arrangementer vil som regel en profesjonell aktør gjøre en bedre jobb.

Skal du arrangere en konferanse, kan det være en god idé å sette av tid i programmet til andre sceneaktiviteter enn kun rene foredrag. Dette gir deltakerne en liten pause og kan løfte stemningen i salen. En paneldebatt mellom noen av de som har stått på scenen, med en god moderator, kan være et godt innslag. Det vil kunne bringe frem nye og interessante perspektiver som ikke alltid får plass i tradisjonelle foredrag.

Mange velger også å legge opp til spørsmål fra salen etter eventuelle foredrag. Om dette gjøres rett etter, eller om du samler alle mot slutten av dagen, vil avhenge blant annet av størrelsen på konferansen og hvem som sitter i salen.

Her er det viktig å tenke på at mange vegrer seg for å stille spørsmål fra salen – og da særlig det aller første. Det kan derfor være smart å enten «plante» noen spørsmål i salen – eller la konferansieren stille noen planlagte spørsmål før man åpner for publikum. Husk også at du må ha en mikrofon klar og en person som kan levere denne til riktig person i salen.

Hvordan skal rammene være?

Programmet er på plass, ulike bidragsytere er avklart og konferansieren er bestemt. Dere har til og med bestemt at dere skal ha tre spørsmål klare i salen. Da er vel alt klart på innholdssiden? Du kunne absolutt gjennomført et arrangement med disse elementene på plass – og hvis det er snakk om mindre skala, er det kanskje også alt du trenger. Det er imidlertid verdt å vurdere noen ekstra ting som kan gjøre hele arrangementet mer verdifullt for deltagerne.

Å invitere partnere eller leverandører til å ha egne stands med demonstrasjoner av produkter eller tjenester i pausene, kan bidra til å skape naturlige møteplasser. På den måten får deltagerne også mulighet til å knytte nye kontakter, eller teste nye produkter på markedet, samtidig som det oppleves som et naturlig sceneskifte.

Husk også at du må ta stilling til servering av måltider. Hvor mange måltider du trenger vil naturlig nok avhenge av lengden på arrangementet. De aller fleste steder som er vant til å være vertskap for større folkemengder, vil hjelpe deg med dette – enten ved at de har et eget kjøkken som står for maten, eller bestiller direkte fra et cateringselskap.

Den beste løsningen er som regel en buffet med ulike alternativer slik at alle finner noe de liker. For større arrangementer, kan du gjerne også vurdere «mini-restauranter», eller boder med mat fra forskjellige kjøkken for å sørge for god variasjon. Husk også å ha et godt utvalg for dem med allergier eller andre spesielle diettbehov.

Uformell møteplass på kveldstid

Selv om det faglige står i sentrum på konferanser, er det ingen tvil om at det uformelle kan være minst like viktig for mange. Særlig hvis det er snakk om interne arrangementer, bør du legge opp til gode, sosiale møteplasser. Hvis arrangementet inkluderer overnatting, vil mat og drikke utvilsomt være en stor del av opplevelsen.

Legg opp til denne mingletiden i programmet, men husk også at deltagerne skal få tid til å hvile litt, ta seg en dusj og skifte klær etter en lang dag. Å sette av to-tre timer med nedetid mellom det fastsatte programmet og det sosiale er som regel passende.

Når det gjelder middag, er det gjerne bordservering som fungerer best når det er mer enn 100 mennesker til stede samtidig. Større konferansesteder har som regel både ansatte og fasiliteter til å servere mange på en effektiv måte samtidig.

Finn riktige lokaler

Hvilke lokaler som er riktige for akkurat ditt arrangement, vil variere basert på valgene du har tatt tidligere i prosessen. Budsjettet vil naturligvis spille en rolle her. Det samme vil antallet deltagere. Du vil ha flere valgmuligheter hvis det kommer 200 personer, enn om det kommer 1000 som i tillegg trenger overnatting. Hvis du i tillegg vil ha fullt program på kvelden med underholdning og middagsservering, vil utvalget begrense seg ytterligere.

Husk at steder som er spesielt gode på store arrangementer, ofte har mulighet til å dele opp rommene. Det betyr at du ikke trenger å utelukke de større stedene selv om dere skal arrangere en konferanse som er vesentlig mindre enn den maksimale kapasiteten på et sted.

For større arrangementer vil det ofte være en fordel å gå for en lokasjon som har alt på samme sted. Det gjør planleggingen vesentlig enklere for deg, men det kan også bidra til en bedre opplevelse for deltagerne. Ved å ha både konferanse, middag og overnatting på samme sted, vil de fleste holde seg til programmet, og alle får en bedre opplevelse. Et komplett konferansesenter som ligger litt utenfor allfarvei kan være en god idé i disse tilfellene. Da skapes det en egen «boble» rundt arrangementet, og alle deltagerne vil være 100 prosent til stede gjennom hele arrangementet.

Da vil deltagerne gjøre unna all transport før og etter arrangementet – noe som gjør at man slipper transport mellom foredrag, underholdning, middag og overnatting. Det vil gi en vesentlig bedre totalopplevelse av arrangementet, og det å være sammen gjennom hele arrangementet vil også bygge fellesskap i mye større grad enn om man bor og spiser forskjellige steder.

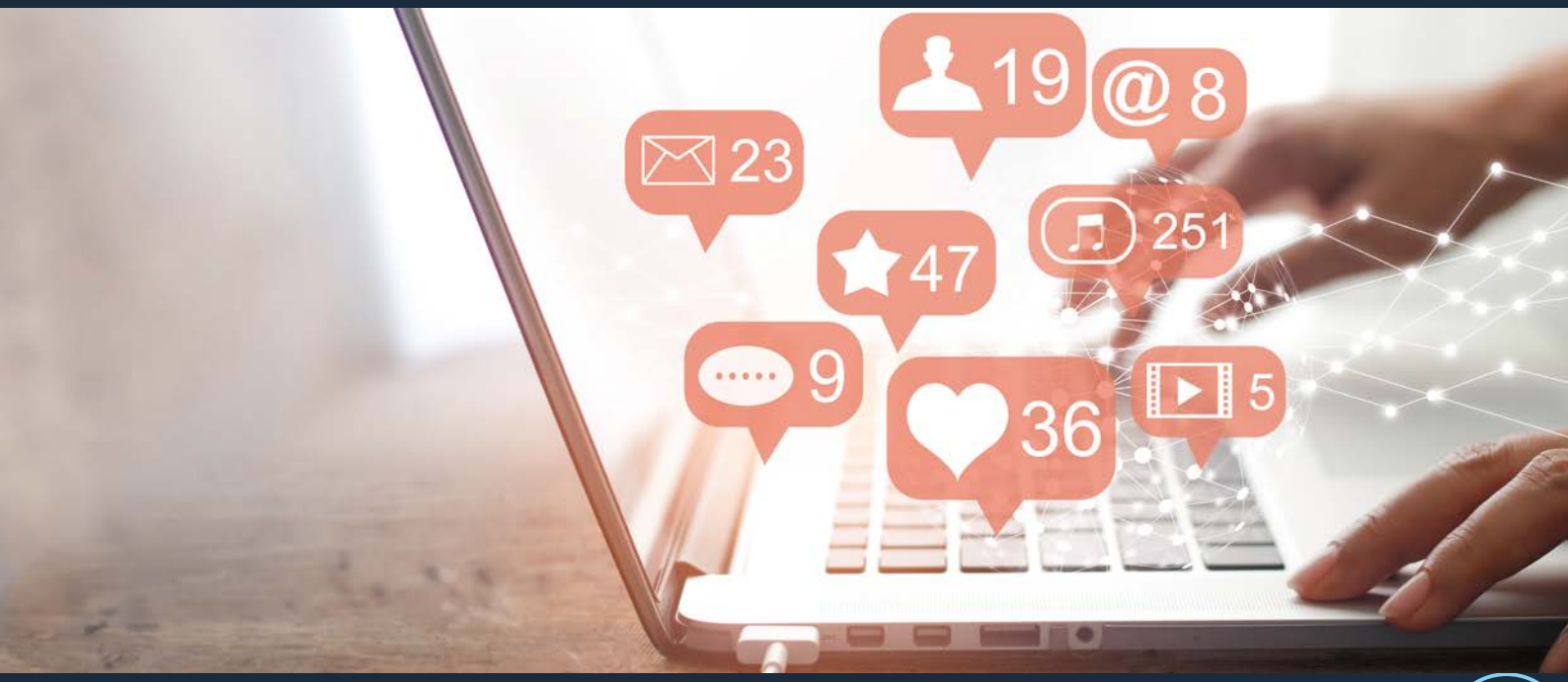
Markedsføring

Markedsføring, enten det er av arrangementer eller produkter, er en helt egen disiplin – og et for stort tema å dekke grundig på noen linjer. Hvordan du skal markedsføre arrangementet ditt, vil i stor grad avhenge av publikummet du vil ha. For interne arrangementer holder det ofte med invitasjoner på epost og intranett samt et system for påmeldinger.

Hvis planen din derimot innebærer å selge billetter til andre, må du også sørge for å ha et godt system for billettsalg og registrering – og en god plan for markedsføringen. Det er vanskelig å selge billetter til et arrangement ingen har hørt om.

En enkel landingsside med generell informasjon om innhold, program og mulighet for å kjøpe billetter er et minimum. Selv om programmet ikke er helt spikret enda, kan du med fordel lansere nye innslag og bidragsytere etter hvert som de kommer til. Dette bidrar til å bygge opp forventninger og spenning rundt ditt arrangement – samtidig som det gir deg en gyllen mulighet til å kommunisere aktivt med markedet.

Deretter handler det om å annonsere, og her finnes det et vell av muligheter. Sosiale medier er et naturlig sted for de aller fleste i dag, men kanaler som bransjemagasiner kan også være relevant i mange tilfeller. Mange arrangementssteder har også lang erfaring med markedsføring av ulike typer arrangementer, og kan hjelpe deg på veien.

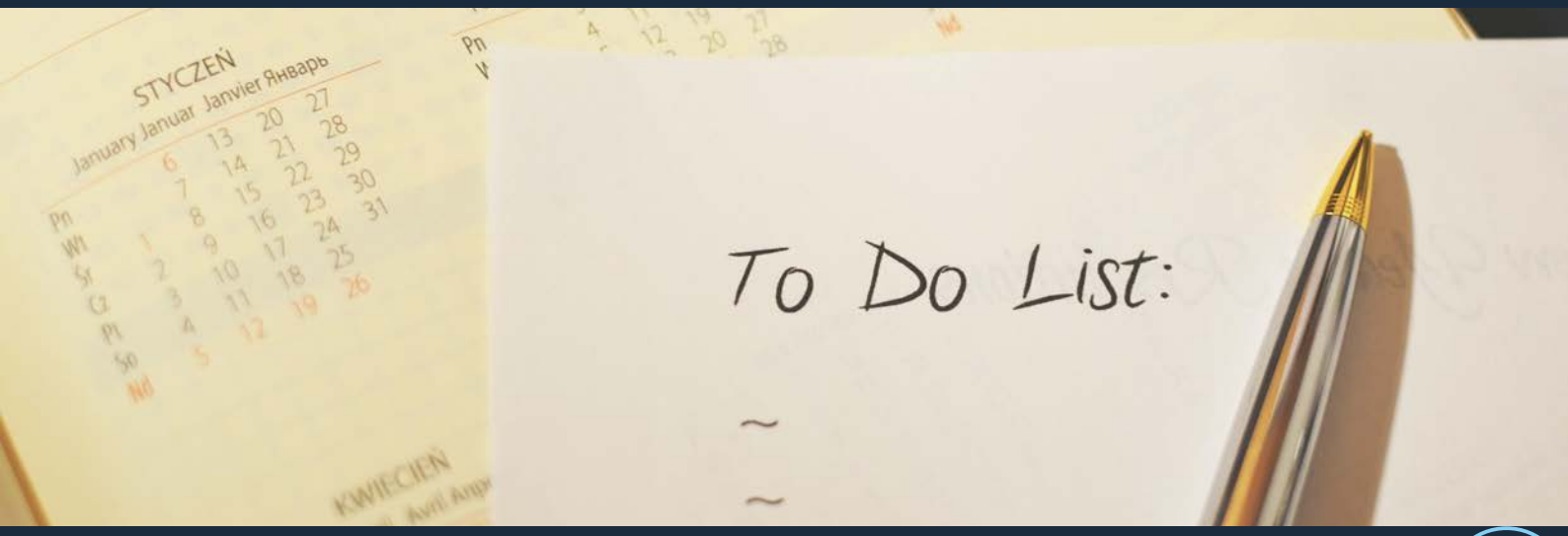


Avklaringer

En del avklaringer har sannsynligvis blitt gjort underveis i planleggingsprosessen, men det er likevel smart å lage en liste over alle elementene som skal på plass før arrangementet. Her bør du notere ned hva som må koordineres, hvem som har ansvaret for det, når det må være klart og eventuelle andre ting som kan påvirke.

Sørg også for at du og leverandørene er helt klare på hvem som gjør hva – og når. Det er veldig kjedelig å ha planlagt en generalprøve dagen før arrangementet, også viser det seg at rommet dere skal bruke ikke er klart.

Profesjonelle konferansesteder har lang erfaring med dette, og da vil de som regel stille de riktige spørsmålene for å avklare dette for deg underveis. Pass imidlertid på at du også har en komplett oversikt over alt som trengs.



Være ute i god tid!

For å sørge for at arrangementet blir husket, er all denne planleggingen det viktigste. Og for å få gjennomført all planleggingen på en optimal måte trenger du mest av alt én ting: Tid!

Vi har satt opp et forslag til en kalender som viser når ting bør være klart, slik at du kan få en idé om hvor tidlig ting bør gjøres. Fleksible arrangører klarer som regel å ordne ting vesentlig raskere enn dette også, men hvis du er tidlig ute vil det spare alle parter for hodebry og sikre en bedre gjennomføring.

-1 år	-6 måneder	-3 måneder	-1 måned	-1 uke
Finn ut hvorfor du arrangerer	Bestem deg for temaet for arrangementet	Sett det ferdige programmet	Mat bør være bestemt og bestilt	Sjekk at alt er i rute hos leverandørene
Bestem målgruppen	Sett opp «drømmeprogrammet»	Gi foredragsholdere en grundig brief	Bestill trykksaker og dekorasjoner	Kjøp gaver til foredragsholdere
Sett opp et budsjett	Ta kontakt med mulige foredragsholdere	Konferansier og underholdning bør være bestilt	Dobbeltsjekk ansvarsforhold	Dobbeltsjekk deltagerlisten
Start research på lokasjoner	Lokale bør være bestilt	Start annonsering av arrangementet	Lag en grundig kjøreplan med konkrete tidspunkter	Send ut påminnelser og informasjon

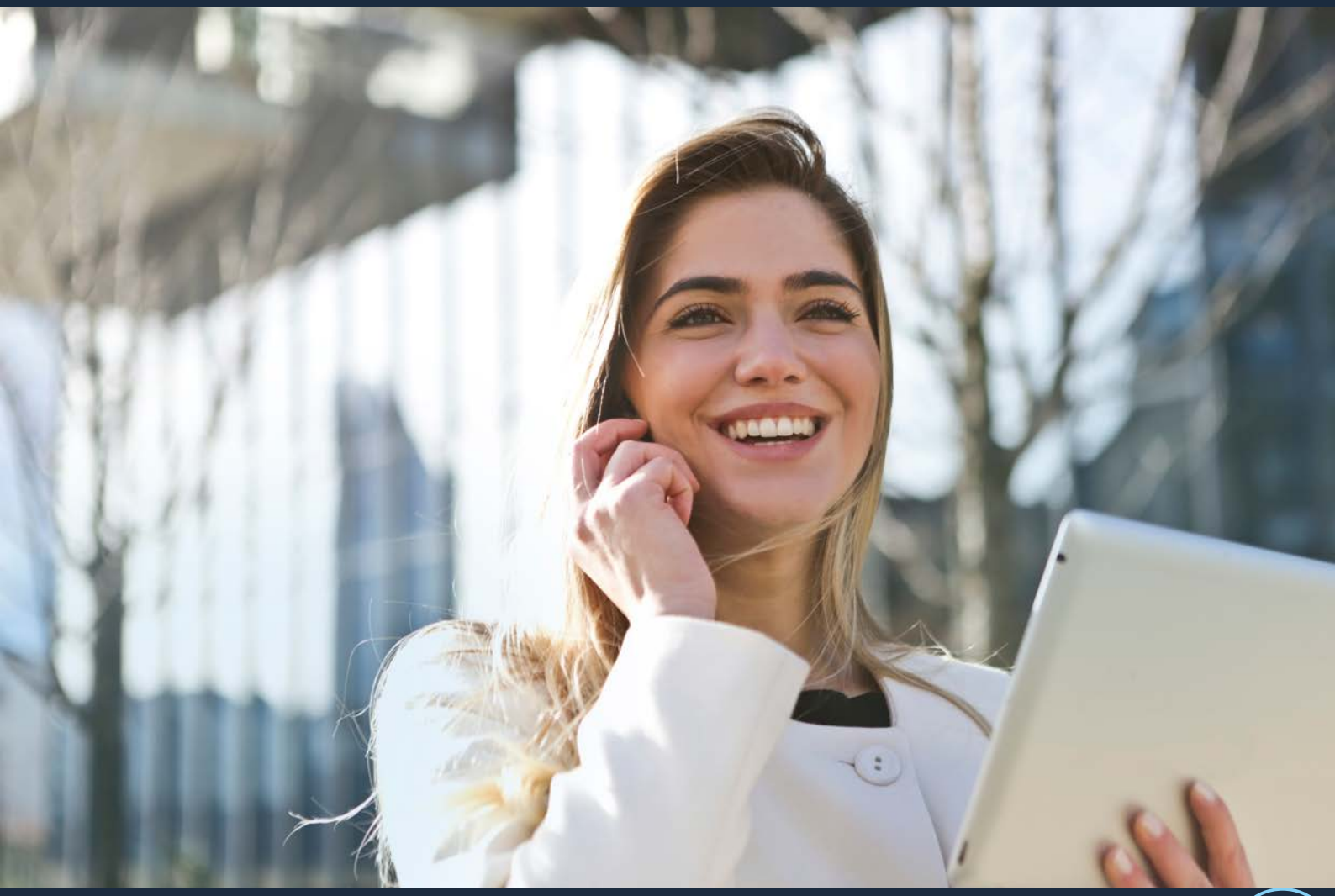
Gjennomføring

Når alt er planlagt og tilrettelagt er det klart for gjennomføringen av arrangementet – og det er naturlig å være spent på det tidspunktet. Men har du gjort forarbeidet ditt godt, vil du sannsynligvis ha mye lavere skuldre enn om du har tatt lett på planleggingen.

Kommunikasjon

Sørg for å opprettholde god kommunikasjon med alle bidragsytere gjennom hele arrangementet. Dette innebærer alt fra renholdsarbeidere og kjøkkenpersonale, til teknisk ansvarlig og konferansier.

De fleste profesjonelle arrangementssteder har hjelpemidler du kan benytte til dette. Om du ønsker å sikre deg en ekstra gang, kan både mobiltelefoner og walkie-talkies være alternativer.



Uken før

Det aller meste skal være på plass i god tid før dette. Nå handler det først og fremst om å ta vare på deltagerne og sikre at de får informasjonen de trenger.

Send ut informasjon på e-post, og eventuelt SMS, om all nødvendig informasjon som transport, innsjekk og programmet.

Ta også en siste gjennomgang av kjøreplanen før denne låses hundre prosent. Hvis du skal gjennomføre en generalprøve, er dette tiden å gjøre det på. Dagen før vil være i seneste laget dersom det er vesentlige feil eller mangler som må rettes opp. Dagen før et arrangement vil uansett kreve at du har satt av tid til de aller siste forberedelsene og klargjøringene.

Dagen før

- ✓ Gå gjennom kjøreplanen med alle involverte og sørg for at alle er klar over hvilket ansvar de har til enhver tid.
- ✓ Send ut en ny påminnelse til alle deltagerne med nødvendig informasjon. Denne bør være på SMS og inneholde adresse, tidspunkt og lenke til mer informasjon.
- ✓ Hvis du bruker digital innsjekk, er det også lurt å sende ut informasjon om dette dagen før. Da sparer alle mye tid og strev ved faktisk innsjekk. Om det er behov for eksempelvis nedlastning av apper, eller annen type programvare, bør deltagerne gjøre dette senest dagen før.
- ✓ Sørg for at alt av materiell og dekorasjoner er på plass, og dobbeltsjekk at alt du planlegger å bruke av teknikk virker som det skal.
- ✓ Sjekk at alt av informasjon i form av skilting, menyer og programmer er oppdatert og plassert på de riktige stedene. For større arrangementsområder bør det også være et eget kart slik at gjestene enkelt kan orientere seg.
- ✓ Pass på at eventuelle stands og aktiviteter er klargjort og har bemanning.

Ved åpning

- ✓ Sørg for å ha god kontroll på innsjekkingen slik at den flyter godt og du unngår for mye kø.
- ✓ Ha kaffe og noe smått å spise klart til alle som kommer.
- ✓ Pass på at du har oversikt over hvor mange som ikke har dukket opp når innsjekkingen er ferdig. Da kan du gi beskjed til kjøkkenet før en eventuell middag slik at man unngår matsvinn.
- ✓ Et team med tydelig identitet gjør det enklere for deltagerne å vite hvem de skal spørre om hjelp hvis de trenger noe.

Underveis

- ✓ Sørg for at hele teamet får informasjon om utfordringer som måtte dukke opp underveis. Da blir det enklere å finne gode løsninger raskt.

- ✓ Prøv så godt du kan å holde alle tidene som er satt opp i programmet. Forsinkelser ett sted vil forplante seg videre og kan skape trøbbel senere.

- ✓ Prøv å senke skuldrene og nyt alt arbeidet du har gjort. Ser du interesserte deltagere og folk som har det hyggelig i pausene? Da har du gjort jobben din!

Oppfølging

Når arrangementet er vel gjennomført, og fornøyde deltagere har kommet seg hjem, har du bare sjarmøretappen igjen – men det er viktig å ikke glemme den.

Oppfølgingen etter arrangementet er viktig for å forsterke det gode inntrykket du har skapt underveis, og gir deg mulighet til å lære mye om hva du kan forbedre til neste gang.

Send ut en e-post til alle deltagerne med lenker til eventuelle videoopptak – både av arrangementet som helhet, men også av eventuelle foredrag og andre innslag hvis det er mulig.

Takk alle de som kom på dine egne sosiale medier og del bilder og videoer som vil friste flere til å delta neste gang.

Be om tilbakemelding

Det finnes en rekke tjenester som lar deg sende ut spørreskjemaer som deltagerne kan fylle ut anonymt. Her bør du be om tilbakemelding på arrangementet som helhet, hvordan de opplevde programmet og la dem rangere de ulike innslagene og tilbudene.

Dette gir deg viktig innsikt og erfaring som du kan bruke inn mot neste arrangement, slik at det blir enda bedre enn dette.

Hvis du har et valg om nyhetsbrev i påmeldingen, er det også viktig at du bruker denne muligheten aktivt gjennom året. Å sende ut nyhetsbrev gir deg en unik direktekontakt med deltagerne. Ved å gi dem relevant informasjon om kommende arrangementer og konsepter, vil du sjansene øke for at de kommer neste gang.

Covid-19

Koronaviruset har lagt en del begrensninger på arrangementer som helhet, og på hvordan de som arrangeres ser ut. Det er imidlertid ikke sånn at man nødvendigvis må droppe arrangementer på grunn av dette, men det er viktig at man har tenkt nøye gjennom en del ting.

Pass på smittevernet

Sørg for at lokalet har god nok plass til at alle deltagerne kan holde minst én meters avstand til enhver tid. Dette gjelder ikke bare i salen, men også ved servering og på vei inn eller ut av lokalene.

Det kan med andre ord være lurt å se på lokaler som i utgangspunktet er dimensjonert for større arrangementer enn ditt, men som nå gir deg ekstra plass.

Det kan også være lurt å minne deltagerne på dette i form av klistremerker på gulv og lignende som indikerer avstand – særlig på steder hvor det kan oppstå kø.

Pass på at det blir satt ut desinfeksjon ved alle innganger, toaletter, ved servering og andre kontaktpunkter. I tillegg bør det være flere desinfeksjonsstasjoner tilgjengelig rundt om i lokalet for å sikre enkel tilgang.

Det kan også være lurt å tilby alle som kommer en liten «velkomstpakke» med desinfeksjon, munnbind, penn og notatblokk.

Registrering av deltagere

Med dagens situasjon er det ekstra viktig å ha kontroll på alle deltagere. Bruk helst et automatisk, digitalt system som registrerer hvem som har vært der. En liste over deltagere som har planlagt å komme vil ikke være godt nok – så alle må registreres ved inngangen.

Gi flere muligheten med video

Begrensningene på antall personer som kan samles vil variere fra sted til sted, og med smittetrykket som finnes i samfunnet. Derfor kan det være smart å planlegge for en digital utgave av konferansen slik at flere kan få delta.

Det finnes en rekke profesjonelle aktører som kan sende arrangementet direkte – enten på sosiale medier eller på din egen nettside. Her finnes det løsninger for ethvert budsjett – fra enkle produksjoner til opplegg med profesjonell TV-kvalitet, studioløsninger og direktesending fra flere steder samtidig.

Dersom live-streaming ikke er aktuelt, kan du også ta opp konferansen og dele disse opptakene på et senere tidspunkt. Dette vil gi deg bedre kontroll da materialet kan redigeres slik at det bedre kan tilpasses en digital opplevelse av arrangementet.

Takk

Takk for at du lastet ned vår lille e-bok - og for at du tok deg tid til å lese den. Vi håper at den vil være nyttig for deg når du skal planlegge ditt neste arrangement!

Har du spørsmål, eller ønsker å komme i kontakt med oss, kan du kontakte oss her

Vi håper å høre fra deg