



ARRANGEMENTS- PLANLEGGERENS ULTIMATE SJEKKLISTE

Den eneste sjekklisten du trenger
til planlegging av arrangementer

OSLO - KØBENHAVN

BUSINESS CRUISE

BUSINESS AS UNUSUAL

HOVEDPLAN + SJEKKLISTE = DEN ULTIMATE SJEKKLISTE

Vi mennesker er kritiske, kresne og lar oss styre av følelser og behov. Opplevelser skal være minneverdige, og når vi møter hverandre, skal det være meningsfullt.

Hvis du er arrangementsansvarlig i virksomheten, vet du hvor mye arbeid det ligger bak firmafester, seminarer, workshops, konferanser, events og annen møtevirksomhet.

Dagens deltakere forventer ikke bare at alt det praktiske klaffer. De skal føle at det er verdt å tilbringe en hel dag eller to på et seminar.

Maten må være perfekt, og det er viktig å ta hensyn til allergier. Det tekniske utstyret skal også fungere knirkefritt. Foredragsholderne må være inspirerende og motiverende. Konferanstedet må være plettfritt, og alt sammen skal selvfølgelig være innenfor budsjettet.

Det er balansen mellom den gode ideen, detaljene og planleggingen som avgjør om du vil lykkes med alt dette ved det neste arrangementet ditt.



Derfor er en sjekkliste et uunnværlig verktøy. Sjekklisten reduserer stress – og du unngår å overse viktige detaljer.

At sjekklisten er ultimat, betyr at den fungerer som en hovedplan for arrangementet kombinert med en oversiktlig sjekkliste.

Sjekklisten har tre deler: før, under og etter arrangementet. I hvert kapittel får du alle hovedpunktene, delområdene og detaljene som må på plass for å komme i mål med arrangementet.

For planleggingsfasen (før arrangementet) er det satt tidspunkt, som er beregnet ut fra at de fleste virksomheter bruker mellom seks måneder og tolv måneder på å planlegge et arrangement.

Bruk listen i sin helhet eller gå inn der du er i prosessen med å planlegge et vellykket seminar, møte, kurs eller konferanse. For enkelhets skyld omtaler vi alt dette samlet som arrangementer.

1. FØR ARRANGEMENTET	5
1.1 DEN GODE IDEEN	5
1.2 SAMLE ALLE OPPLYSNINGER	7
1.3 RESERVER ET LOKALE	9
1.4 DEN STORE PLANLEGGINGEN	12
1.5 HVA MED BUDSJETTET?	14
1.6 DE SISTE DETALJENE	16
2. UNDER ARRANGEMENTET	20
2.1 GJENNOMFØRING	20
3. ETTER ARRANGEMENTET	23
3.1 TILBAKEMELDINGER	23
3.2 PRAKTISKE OPPGAVER	23

1. FØR ARRANGEMENTET

De fleste virksomheter starter planleggingen av arrangementer opptil ett år i forkant. Sjekklisten gir deg påminnelser og innspill til alt fra idéfasen til de siste detaljene.

1.1 DEN GODE IDEEN (8–12 MÅNEDER FØR ARRANGEMENTET)

En vellykket gjennomføring av et arrangement starter med en god idé. Som regel er det et behov som har oppstått hos ledelsen, HR eller deg selv.

I idéfasen utvikler man et arbeidsdokument der hovedspørsmålet er: Hva skal dere oppnå med arrangementet?

Skriv ned alle tenkelige mål. Da blir det lettere å analysere effekten av arrangementet i etterkant.

- økt medarbeidertilfredshet
- nye kundeleads
- presentere et produkt for en ny kunde
- feire en begivenhet
- skape nye eller bedre relasjoner
- salgsmøte
- messe
- lederpleie
- annet?

Først er det viktig å finne ut hva utbyttet av arrangementet skal være, siden dette, sammen med budsjettet, i stor grad setter rammene for reservasjon av sted og bestilling av bevertning til arrangementet. En fest krever for eksempel en annen type bevertning enn et krevende møte, og hvis formålet er større medarbeidertrivsel, bør du kanskje invitere spennende foredragsholdere eller planlegge sosiale aktiviteter.»

Rune Grenager,

Sales Manager, Business Sales Norway



1.2 SAMLE ALLE OPPLYSNINGER

Begynn allerede nå å samle alle opplysninger på ett sted.

Som møte- og arrangementsplanlegger er du vant til å få alle avtaler skriftlig. Selv om det er langt til gjennomføringsdatoen, er det viktig å skrive ned betraktninger og beslutninger om formål og utbytte, samt de første spørsmålene og opplysningene om det praktiske. Dette er for å sikre hensikten med arrangementet – altså utbyttet – og ikke overse viktige detaljer.

Hva du kaller metoden, er selvfølgelig helt opp til deg. *Hovedplan, møteplan, arrangementsmanus, arrangementsdokument eller planlegging* er mulige navn på stedet der du samler ideer, betraktninger og tanker, og ALLE detaljene som skal til for å utføre dem. Sjekklisten kan med fordel utformes med plass til avkrysningsbokser ved siden av hvert punkt.

SJEKK IDEEN DIN

☐ **Budsjett**

Hva er de økonomiske rammene?

☐ **Sett en dato**

Når skal arrangementet avholdes?

☐ **Arrangementsansvarlige**

Noter alle personer som er ansvarlige for arrangementet (du), samt andre fra virksomheten eller assisterende arrangementspersoner som har ansvar for delområder.

☐ **Godkjenningsmetoder**

Virksomhetens interne eller kundens preferanser for godkjenning av hvordan arrangementet skal utføres?

☐ **Den kreative ideen**

Et spesielt tema eller en rød tråd for arrangementet.

☐ **Oppfølging av mål**

Hvordan? F.eks. spørre- og evalueringsskjema. Skap klarhet om din rolle i formidlingen av resultatene til ledernivå eller kontaktperson.

☐ **Deltakere**

Antall, demografi, interesser og preferanser.

☐ **Spesielle hensyn?**

Allergier, religiøse skikker, møtedeltakere som ikke kan sove ute, og andre hensyn.

☐ **Invitasjoner og påmelding**

Hvordan?



1.3 RESERVER ET LOKALE (6–8 MÅNEDER FØR ARRANGEMENTET)

Det kan variere hvor i prosessen man reserverer et sted. Noen gjør det tidlig, mens andre venter til flere detaljer er på plass. Særlig store konferansesteder kan med fordel reserveres tidlig, siden de ofte kan brukes som sparringspartnere i planleggingsfasen.

Når du undersøker og sjekker steder, kan du bruke målene og delmålene dine for utbyttet av arrangementet:

Eksempel: «Vi trenger 30 minutter i et grupperom, fordi ...», «Vi trenger sunn mat, fordi ...», «Vi trenger to møtedager, fordi ...».

Velg tre til fem steder. Besøk to til tre passende alternativer. Innhent tilbud.

SJEKK STEDET

☐ Tilgjengelighet

Garderobe, toaletter, parkering samt fasiliteter for bevegelseshemmede.

☐ Teknisk

Lys, lyd og bilde, presentasjonsutstyr til arrangementet, strøm, kabler, skjermer, trådløst internett osv.

☐ Personell

Konferanseansvarlige, kjøkken, servering, andre tjenester, renhold, rydding, ev. teknikker eller IT-kyndig.

☐ Auditorier og scene

Kapasitet? Trenger vi en hovedtaler?

☐ Lokaler, møte- og grupperom

Hvor fleksible er de? Sjekk komfort og mulige plasseringer av stoler og bord. F.eks. mindre grupperom.

☐ Stemningsskapende og aktivitetsfremmende interiør

Blomster, dekorasjoner, mulighet for messestand, innsjeknings- og billettskranke.

Min erfaring er at stedet bør bestilles senest seks måneder i forkant, særlig for større grupper på over 50 personer. Det dukker ofte opp endringer underveis, for eksempel behov for flere grupperom fordi det senere viste seg at arrangementet krever mer gruppearbeid enn først antatt. For de fleste arrangementsplanleggere gir det trygghet at alt er på plass minst en måned før arrangementet.»

Johan Øberg,
Business Sales Norway

1.4 DEN STORE PLANLEGGINGEN

(4–6 MÅNEDER FØR ARRANGEMENTET)

Akkurat som i den midtre delen av en roman, et teaterstykke eller en film er det her du skal holde styr på alt det praktiske, rollefordelingen og hvordan dere kommer fra A til B.

SJEKK DET PRAKTISKE

☐ **Invitasjoner sendes ut**

Per post, e-post eller SMS. Velg hvordan.

☐ **Faglige innspill og underholdning**

Bør møtedeltakerne inspireres av fagrelevante foredrag eller underholdes med musikk og quiz? Begynn å avtale dette med interne eller eksterne folk. Legg en tidsplan for presentasjonen, foredraget eller underholdningen. Ofte er det en kombinasjon av alt sammen. Bestill eventuelt materiell med informasjon om foredragsholder, underholdning osv. I tillegg kommer alle detaljene om hva innlegget eller underholdningen ellers krever av teknologi osv.

☐ **Aktiviteter**

Aktiviteter inngår i de fleste medarbeiderarrangementer. Workshops, museumsbesøk eller teambuilding (f.eks. ski, terrengsykling, kanaltur, sykling og fottur). Lag en detaljert aktivitets- og tidsplan sammen med de ansvarlige for området. Oppdater og del listen med dem.

☐ **Bevertning**

Få oversikt over hvor mange som skal spise frokost, lunsj, pausesnack, middag

Fortsettes på neste side

og eventuelt kveldsmat, samt klarhet i alle kostholdspreferanser. Hvis du selv står for drikke, innhent et tilbud. Husk at det er en forutsetning at uåpnet drikke kan returneres. Gjør en eventuell prøvesmaking sammen med ledelsen, beslutningstakerne eller kunden din. Ekstra bevertning til møtedeltakere som kommer langveis fra? Det er ingenting så demotiverende som møtedeltakere med lavt blodsukker!

☐ **Transport**

Hvordan skal transporten til og fra stedet foregå?

☐ **Overnatting**

Hvis du ikke allerede har reservert rom der arrangementet skal være, bør du begynne å reservere overnatting. Sjekk romtyper i forhold til budsjett og/eller deltakeravgift og overnattingspreferanser.

☐ **Personale/delansvarlige**

Fordel ansvarsområder mellom personalet. Bør du hente inn ekstra personell i tillegg til ditt eget og stedets personale?

☐ **Tidsplan**

Legg inn tidsbuffere. Altfor stramme tidsplaner fungerer ikke når mennesker møtes og kreativiteten strømmer fritt.

☐ **Plan B**

Ha alternativer klare hvis noe skjærer seg.

1.5 HVA MED BUDSJETTET?

Det kan variere hvordan virksomheter jobber med budsjetter. Mange møte- og arrangementsplanleggere skjeler til tidligere arrangementsbudsjetter. Kanskje det allerede finnes en mal.



SJEKK BUDSJETTET

- ☐ **Lavt budsjett for hvert element / hver aktivitet**

Budsjettet for bevertning kan reduseres hvis du f.eks. får en god avtale.

- ☐ **Få godkjent budsjettet**

De rette personene må gå gjennom budsjettet.

- ☐ **Følg opp fortløpende**

Sørg for å ha full oversikt over budsjettet.

- ☐ **Vær realistisk**

Gode ideer er gratis, men det kan koste å virkeliggjøre dem.

Det er frustrerende for begge parter når man etter å ha sendt e-poster frem og tilbake, oppdager at budsjettet overhodet ikke står i forhold til forventningene til arrangementet. Derfor må du vite hva du har å rutte med, før du begynner å bestille bevertning, utstyr og sted for arrangementet.»

Thea Lunde Dahl,
Business Sales Norway



1.6 DE SISTE DETALJENE (1-4 MÅNEDER FØR ARRANGEMENTET)

Det er helt greit at du fremdeles er i full sving med alle sjekklistepunktene og legger til flere.

Eksempel: alternative måter å engasjere møtedeltakerne på, som er spesielt lagt opp for medarbeiderarrangementer.

Du bør imidlertid være helt klar minst én måned før arrangementet skal gjennomføres. Det er faktisk mulig, særlig hvis du har eliminert usikkerhet og tvilsspørsmål tidlig i prosessen.

Conference centre

VIP

SJEKK DETALJENE

☐ **Engasjer møtedeltakerne**

Legg ut oppdateringer og små historier om det kommende arrangementet på intranettet eller i sosiale medier. Kanskje det kan være en idé å gi deltakerne et innblikk i det store arbeidet som ligger bak arrangementet?

☐ **Vurder spørreskjemaer eller workshops**

Med relevans for innholdet på arrangementsdagen.

☐ **Finjusteringer**

Gå gjennom sjekklisten med relevante kontaktpersoner hos leverandører og arrangementssted samt delansvarlige eller kolleger. Heller én gang for mye enn én gang for lite.

Når vi har forretningskunder med et komplekst arrangement, eller hvis vi merker at kundene er usikre, inviterer vi dem ut på skipet. Når de er der arrangementet kanskje skal holdes, oppstår det automatisk mange spørsmål som de kan få svar på umiddelbart, ved å se og oppleve konferansefasilitetene, overnattingsmulighetene og bespisningen selv. Det får de fleste til å føle seg trygge.»

Heidi Olsen,
Business Sales Norway



2. UNDER ARRANGEMENTET

Det er i dag du skal se resultatet av alt du har gjort, og for de fleste arrangementsplanleggere er det en morsom dag med mye adrenalin og vilje til å løse problemer og hjelpe til der det trengs. Følg anbefalingene i sjekklisten, så unngår du overraskelser i siste liten.

2.1 GJENNOMFØRING

Den gylne regel: Kom tidsnok! Det er ditt ansvar å sjekke at planen fungerer, og finne alternative løsninger hvis den ikke gjør det.

Bruk tiden til å gå gjennom de planlagte aktivitetene og tidsplanen med konferanselederen og de delansvarlige.

Gå også gjennom fasilitetene og sjekk at alt fungerer som det skal.

Husk å ha med kontaktinformasjon til samtlige leverandører, slik at du kan kontakte dem fortløpende. Dette er imidlertid bare relevant hvis du selv har stått for bestillingene, og ikke har reservert f.eks. et sted med «full pakke».

SJEKK PLANEN DIN

☐ **Fungerer den trådløse internettforbindelsen?**

Sjekk for sikkerhets skyld.

☐ **Er alt materiell på plass?**

Dagsorden og materiell til møtedeltakere samt internt materiell som oversikt over sitteplasser, gjestelister, personale osv.

☐ **Personale / delansvarlige for arrangementet**

Få regelmessig oppdatering fra de ansvarlige for delområder.

☐ **Kontakt**

Kontaktopplysninger til aktuelle personer i tilfelle noe skulle gå galt.

☐ **Medvirkende**

Oppdater foredragsholdere, sangere, musikere osv. om eventuelle endringer.

☐ **Presse**

Hvis pressen er invitert, må du sørge for at de har adgang og info om kontaktpersoner.

☐ **Møtedeltakere**

Informasjon om dagsorden, inkludert ev. endringer, møtefasiliteter eller overnatting.

☐ **Dokumentasjon**

De fleste virksomheter ønsker en eller annen form for dokumentasjon av arrangementet. Alt fra en medarbeider som tar bilder, til en profesjonell fotograf – eller du kan selv fortløpende oppdatere sosiale medier.

ARRANGEMENTS- PLANLEGGING I FIRE TRINN

- 1: Begynn i god tid.
- 2: Definer formålet/premisset for arrangementet og målrett undersøkelserne deretter.
- 3: Finn en dato.
- 4: Reserver lokalet.



3. ETTER ARRANGEMENTET

Oppfølging, dokumentasjon og evaluering. Avhengig av type arrangementet er jobben ferdig først den dagen du sender inn sluttrapporten eller den siste kvitteringen.

3.1 TILBAKEMELDINGER

Det er ikke bare ledelsen i virksomheten som skal informeres om utbyttet av arrangementet. Bruk tiden like etter arrangementet til å gi tilbakemeldinger til leverandørene og stedet der arrangementet ble holdt også. Leverte de i henhold til avtalen? Konstruktiv ris og ros, og hvis noe manglet, kan det kanskje oppveies med en prisreduksjon før fakturering.

3.2 PRAKTISKE OPPGAVER

Er du blant de heldige som kan forlate stedet sammen med møtedeltakerne, eller må du hjelpe til med det praktiske? Dette omfatter ofte rengjøring, opprydning og retur av utstyr.



SJEKK RESULTATET

☐ **Resultatarbeidet**

Avhenger av de avtalte analyse- og dokumentasjonsmetodene. Eksempler: spørreskjema til deltakerne, levering av kontaktlister til de som er ansvarlige for å innhente svar og tilbakemeldinger, oppfølging på SMS, utsendelse av takkekort, opplasting av prestasjoner, deling av bilder osv.

☐ **Økonomi**

Hva ble dyrere og hva ble billigere? Holdt budsjettet? Sammenlign utgifter og inntekter.

☐ **Tilbakemeldinger**

Send inn budsjett og delresultater, tilbakemeldinger fra deltakerne og samlet resultat i henhold til avtalene med ledelsen eller kontaktpersonen.



PAKKELØSNINGEN

Ofte er det tidsbesparende å reservere et sted som kan tilby «full pakke» med overnatting, kokker, servitører, utstyr og konferanseledere som sørger for reservasjon av lokaler og plassering av utstyr, og som er til stede under gjennomføringen.



OSLO - KØBENHAVN

BUSINESS CRUISE

BUSINESS AS UNUSUAL

LES MER



DFDS