



7 GENVEJE TIL AT FÅ FLERE DELTAGERE TIL DIT ARRANGEMENT



■ Lad os først gætte lidt om dig:



- ✓ Du er **arrangør, koordinator eller chef** for én, der laver arrangementer.
- ✓ Du har **intet** (eller et mindre optimalt) **system** til at håndtere tilmeldinger og evt. betalinger.
- ✓ I perioder op til kommende arrangementer **har du ekstra travlt**, fordi der er så mange administrative opgaver, du skal løse.
- ✓ Du ville ønske, at du **med et snuptag kunne fjerne opgaver såsom:**
 - **ajourføring af Excel-regneark** med tilmeldinger (og mailkorrespondance med hver enkelt deltager)
 - **udsendelse af manuelle fakturaer**
 - **rykkerprocedurer** ved manglende betalinger
 - **mailkorrespondance med deltagere**, der ønsker særlige tilvalg såsom særlig forplejning
 - **opdateringer til din chef** eller samarbejdspartnere om, hvor mange og hvem der er tilmeldt
 - **manuel udarbejdelse af navneskilte**, bordkort og deltagerlister
 - **manuel opdatering af invitationslister**, når der skal sendes remindermail ud til de (og KUN de) inviterede, der endnu ikke har tilmeldt sig
 - **manuel udsendelse af remindermails** til hver deltager med de praktiske oplysninger om arrangementet
 - **manuel udsendelse af slides/opfølgningsmails** til hver deltager mm.

NemTilmeld kan med ét fjerne alle de nævnte administrative opgaver fra dit skrivebord, så du – for eksempel – i stedet kan fokusere på at skaffe endnu flere deltagere til dit arrangement.

Vi har derfor samlet 7 tips til dig – til at skaffe flere deltagere til dit næste arrangement

1. Gør dit arrangement uimodståeligt!



FAKTA:

I NemTilmeld kan du nemt indsætte billeder på din arrangementsside, så du gør dit arrangement indbydende for din målgruppe.

Sørg for at gennemtænke, hvem dine potentielle deltagere er, og lav en arrangementsbeskrivelse (fx på din hjemmeside eller i den invitation, du sender ud), der passer til dem. Afholder du fx et arrangement, hvor målgruppen er forældre, skal du ikke bruge for mange fagudtryk, de ikke kender – men afholder du et arrangement for højtuddannede psykologer, kan du sagtens slynge om dig med fagudtryk, de med garanti kender og forstår.

Sørg også for at fremhæve, hvilket udbytte dine deltagere får med sig (dvs. hvilken værdi arrangementet giver, personligt eller fagligt). Hvis det er et arrangement, der ligger i arbejdstiden, skal deltagerne måske have overtalt deres chef til at bruge tid på det, eller hvis det ligger i fritiden, skal du have flyttet deltagerne fra sofaen eller familiehyggen hjemme.

Hvis du har mulighed for det, så husk også at sende din invitation til gennemlæsning hos en, der INTET ved om arrangementet på forhånd, så du kan få tjekket, om du har fået alle de relevante oplysninger med, eller om noget af teksten er blevet for indforstået (Netop dén fælde falder mange tit i, for de jo selv ved ned i mindste detalje, hvad deres arrangementer handler om).

■ 2. Gør dit arrangement synligt for din målgruppe!



FAKTA:

Med NemTilmeld kan du med ét klik vælge at dele dit arrangement på KultuNaut – så det bliver synligt på Danmarks foretrukne online kulturkalender.

Sørg for at markedsføre dig online, fx via målrettet annoncering på Facebook.

Vidste du for eksempel, at du på Facebook kan målrette din annoncering så specifikt, at du ville kunne ramme "38-årige coaches i en radius af 20 kilometer fra København C, torsdage mellem kl. 18-20" (eller noget lignende, der passer bedre på din målgruppe og dit behov)? Facebook ved enormt meget om vores færden på nettet, og faktisk kan du målrette din annoncering til fx dem, der synes om din konkurrents side, eller til personer, der følger dén a-kasse man typisk er medlem af i din branche. Eller den avis du ved, din målgruppe læser. Eller. Eller. Eller. Mulighederne er utallige.

En anden god ting ved Facebook-annoncering er, at du sagtens kan lave flere annoncer og derpå sammenligne, hvilke der skaber de bedste resultater.

Og det allerbedste er at, du KUN betaler, hvis de klikker på din annonce – og at du selv vælger, hvor du sender trafikken hen (fx direkte til din tilmeldingside på Nemtilmeld).

Er din målgruppe bare slet ikke blandt Facebooks godt 3 millioner danskere, så er LinkedIn, Google og KultuNaut også gode steder at annoncere dit arrangement.

■ 3. Giv dig selv gratis reklame!



Motivér dine deltagere til at fortælle andre om dit (fremragende) arrangement. Fx ved at sende en bekræftelsesmail, hvor der står, hvad de kan glæde sig til at opleve/få – eller hvad andre i deres netværk kunne få. De fleste kan godt lide at være ”julemand” og gøre godt for andre – især hvis det ikke koster dem andet end et klik – eller mundtlig omtale. Det kunne være noget så simpelt som en opfordring a la ”Kender du andre, der kunne have brug for ny viden, om hvordan du lettest kommer videre efter stress (eller hvad nu, udbyttet af dit arrangement er), så del gerne arrangementet med dit netværk”.

Den bedste reklame er mund-til-mund-metoden, så når du kan få dine deltagere til at anbefale arrangementet til deres venner/kolleger/kontorfæller/forretningsforbindelser, giver du dig selv et overordentligt effektivt markedsføringsredskab (og så er det gratis reklame – som jo altid er rart at få!)

■ 4. Gør det LET at sprede dit budskab!

Gør det LET (!) for de tilmeldte at tippe andre om dit arrangement. Har du opfyldt punktet ovenfor, vil dine deltagere gerne fortælle andre om, at de skal til dit fantastiske arrangement – og hvis du sørger for, at de blot skal klikke på et link i en mail eller på ’tak for din tilmelding’-siden for at dele på Facebook, at de er tilmeldt, så er der god sandsynlighed for, at de gør det.


FAKTA:

Med NemTilmeld kan de tilmeldte deltagere med ét klik dele dit arrangement på Facebook, når de har tilmeldt sig – både gennem link på bekræftelsessiden og gennem link i den automatiske bekræftelsesmail, de modtager, når deres tilmelding og evt. betaling er gennemført.

■ 5. Find samarbejdspartnere, der kan sprede dit arrangement

Sælger du fx kursuspladser, kan du alliere dig med samarbejdspartnere, der får noget ud af at markedsføre dig. Det kan være kontant afregning, eller det kan være en anden modydelse – fx i form af trafik til deres hjemmeside. Der findes flere systemer til at håndtere den slags automatisk, der automatisk registrerer, hvem der skaffede dig en kunde, OG belønner dem med en (af dig fastsat) procentandel af omsætningen.

Samarbejdspartnere kan også være andre virksomheder eller organisationer, der ligner din egen (og har samme målgruppe), som kan hjælpe med at markedsføre dit arrangement fx på deres hjemmeside, til gengæld for, at de også må markedsføre deres arrangementer på din hjemmeside.



Du skal selvfølgelig sørge for, at dine samarbejdspartnere er nogle, du kan stå inde for og gerne vil associeres med – for når de annoncerer dine arrangementer, bliver I anset som deres samarbejdspartnere.

■ 6. Gør din arrangementsside overskuelig!

Lad din arrangementsside/invitation være så enkel og overskuelig som overhovedet muligt. Vis fx alle relevante oplysninger i samme skærmbillede, så det ikke bliver nødvendigt at "scrolle på siden" eller at trykke "tilbage" eller "frem".

Hvert klik forringer din chance for at få en deltager til dit arrangement.

Gå på opdagelse i vores Inspirationskasse med eksempler på arrangementssider her.
www.eksempel.nemtilmeld.dk

FAKTA:

Med NemTilmeld præsenteres alle oplysninger om arrangementet enkelt og overskueligt på én side (og faktisk er selve tilmeldingsmodulet OGSÅ på denne side). Siderne kan layouts og tilpasses med netop de oplysninger og billeder, du ønsker – fx kan du vise stedets lokation vha. Google Maps eller indsætte en flot header med stemningsbilleder, der giver indtryk af dit arrangement.

■ 7. Gør tilmeldingen tryk og nem!



Gør tilmeldingsproceduren så enkel, forståelig og tryk som mulig. Undersøgelser viser at 68% springer fra køb i webshops EFTER at de har "lagt varen i kurven" – dvs. efter at den potentielle køber har vist tegn på interesse for en ydelse eller vare. Derfor skal der være så FÅ forhindringer som muligt på vejen til tilmelding og betaling. (MEN glem ikke, at det nogle gange også blot er fordi, de er blevet forstyrret lige i øjeblikket og vender tilbage for at gennemføre købet senere).

FAKTA:

Med NemTilmeld kan du udsende invitationer fra systemet, så alle oplysninger, du har om deltageren – fx navn, virksomhed, CVR-nummer, evt. EAN-nummer til fakturering (hvis der er tale om en person fra en offentlig institution), adresse, telefonnummer, mailadresse – er udfyldte, når personen klikker på linket i invitationsmailen. Derved er alt, personen skal gøre, blot at foretage evt. tillægsvalg om fx mad, overnatning eller andre tillægsydelse, klikke på 'tilmeld', udfylde evt. betalingsoplysninger – og så er personen tilmeldt.

For at undgå at 'tabe' potentielle deltagere undervejs i tilmeldingsprocessen, kan du følge disse råd:

- a. **En utryk kunde køber intet**, så sørg for at eliminere ALLE eventuelle uklarheder FØR der "lægges i kurven". Svar på alle tænkelige spørgsmål (fx gennem synlige handels- og leveringsbetingelser eller en side med Oftest Stillede Spørgsmål) såsom:
 - Foregår betaling gennem et sikkert system?
 - Kan jeg betale med Dankort – eller med EAN-nummer?
 - Kan man fortryde sin bestilling og få pengene retur?
 - Kan jeg tilmelde mere end én person?
 - Hvem kan se, at jeg er tilmeldt?
 - Hvem er de andre, der deltager til dette arrangement?
 - Kan jeg få særlig kost?
 - Er der parkering i nærheden (og er den gratis?)
- b. **Gør det nemt for de deltagere, der har fået invitation, at tilmelde sig** – fx ved at koble din invitationsmail og dit tilmeldingssystem sammen, så deres personlige oplysninger er forud-udfyldt, når de klikker på linket i deres invitation og går ind på din hjemmeside for at tilmelde sig. Jo færre ting, de skal indtaste, jo mindre risiko for, at de springer fra undervejs.
- c. **Sørg for tydelige kontaktoplysninger** til dig selv eller en kollega, hvis den potentielle deltager alligevel har spørgsmål, der ikke bliver besvaret på siden.

Se her, hvor let
tilmeldingsprocessen
bliver for dine deltagere:
[www.nemtilmeld.dk/
tilmeldingsprocess](http://www.nemtilmeld.dk/tilmeldingsprocess)

Det vigtigste, du skal gøre nu...



Overvej, om du har:

- ☐ Tænkt over, **hvem din målgruppe er** – og tilpasset din invitation til dem?
 - ☐ Planlagt din markedsføring online?
 - ☐ Sørget for at **motivere dine deltagere til at fortælle andre** om dit arrangement?
 - ☐ Gjort det **LET for dine deltagere at dele dit arrangement** med andre?
 - ☐ Allieret dig med **samarbejdspartnere**, der kan hjælpe dig med at sælge/markedsføre dit arrangement?
 - ☐ Sørget for at have en **overskuelig arrangementsside**, der indeholder alle nødvendige oplysninger?
 - ☐ Gjort det **enkelt og trygt for dine deltagere at tilmelde sig**?
-

Find
eksempler på
tilmeldingssider
HER

Tusind tak fordi du læste e-guiden.

Som du kan se, er vi hos NemTilmeld meget optaget af at hjælpe dig til at skabe endnu mere succesfulde arrangementer – og ikke mindst gøre livet lettere for dig, så du får mere tid, ro og overskud.

Får du spørgsmål eller gode ideer til, hvordan vi kan blive ENDNU BEDRE, så **skriv eller ring endelig til os på kaffepausen@nemtilmeld.dk eller 70 40 40 70**

På vegne af hele NemTilmeld-holdet

Mange hilsner

Jacob

Kundehjælper og kommunikation



7 GENVEJE TIL AT FÅ FLERE DELTAGERE TIL DIT ARRANGEMENT

Skrevet af: Jacob Thingård Thomsen

Design af: Michael Kjær-Mortensen

Kaffepausen.dk drives af NemTilmeld

Strømmen 6

9400 Nørresundby

www.kaffepausen.dk

www.nemtilmeld.dk

