

MÖTESMANUAL

EN HANDBOK FÖR ARRANGÖRER

Uppsala Convention Bureau

en del av Destination Uppsala AB

Destination
Uppsala.



UPPSALA CONVENTION BUREAU

Det ska vara enkelt att arrangera möten och evenemang i Uppsala. Hela processen i att åta sig ett värdskap, ansöka om att ta hem och att genomföra ett möte eller evenemang ska vara enkel. Oavsett om du är verksam inom kommunens egen verksamhet eller är en extern arrangör. I Uppsala har vi sedan 1999 därför verksamheten Uppsala Convention Bureau (UCB).

Vårt uppdrag är att verka aktivt för samarbeten som främjar tillväxt och utveckling inom den lokala mötes- och evenemangsindustrin i Uppsala. Vi är en resurs och ett kostnadsfritt stöd för alla som vill arrangera ett möte eller evenemang i Uppsala.

Vi ser möten och evenemang som drivkrafter till snabbare förändring, utveckling och kunskapsimport. Och vi välkomnar tillväxten hos näringslivet, ökade arbetstillfällen och ett större utbud av restauranger och butiker, året om.

En attraktiv och levande stad är en stad man vill investera i, besöka och kanske till och med flytta till. En möte eller evenemang kan vara någons första möte med sin nya hemstad eller etableringsort.

Nya företag och nyinflyttade talanger lockar än fler gäster och möjliga forum till staden, som i sin tur bidrar till Uppsalas fortsatta utvecklings- och tillväxtresa.

Vi hjälper dig till exempel med:

- Hitta rätt mötes- och evenemangsplats
- Hitta bästa möjliga period för att undvika kapacitets- och ämneskrockar
- Säkerställa ledig kapacitet för genomförande
- Förmedla prisuppgifter och offerter från hotell, lokaler och arenor
- Arrangera studiebesök och visningar av möjliga lokaler och arenor
- Förmedla kontakter med en s.k. PCO, förmedling av arrangör för mötesadministration
- Möjliggöra ansökan om offentliga stöd samt kontakter med potentiella sponsorer
- Förmedla kontakter inom offentlig verksamhet och det lokala näringslivet
- Ta fram underlag för att arrangera ekologiskt och socialt hållbara arrangemang
- Dela bild-, text- och marknadsföringsmaterial
- Erbjuder kartor och planeringsverktyg

VARFÖR EN MÖTESMANUAL

Väl genomförda möten startar med god och gedigen planering. Vi på Uppsala Convention Bureau vill hjälpa dig att arrangera ett bättre och mer effektivt möte.

I vår kontakt med mötesvärdar uppkommer ofta liknande frågeställningar, vi har därför samlat våra tips till dig som åtagit dig värdskapet för ett möte.

Manualen finns till för att underlätta arbetet på vägen fram till genomförandet och är en guide kring vad du behöver tänka på inför, under och efter mötet.

Tänk på att planera med god marginal för varje moment i manualen, som är indelad i sju övergripande avsnitt.

För att se vilka tjänster UCB erbjuder som kan göra skillnad för dig och ditt möte – leta efter stycken markerade med .

INNEHÅLL

1. Initial planering	4	5. Praktiska frågor	15
1.1 Val av tidpunkt	5	5.1 Hållbarhet	16
1.2 Tema, innehåll och omfattning	5	5.2 Förtäring	16
1.3 Kommunikation och målgrupper	6	5.3 Resande	16
1.4 Legacy/Arv efter mötet	6	5.4 Lokaler	17
2. Organisation och ansvar	7	5.5 Bankett/middagar	18
3. Ekonomi	9	5.6 Boende/logi	18
3.1 Intäkter	10	5.7 PCO, Professional Congress Organiser ...	19
3.2 Prissättningsstrategi för deltagaravgifter ...	10	5.8 Registreringssystem och eventapp	19
3.3 Kostnader	11	6. Planering och genomförande	20
3.4 Exempel på budgetposter	11	6.1 Tidplan och checklista	21
3.5 Sponsorer/Utställare	12	7. Efter mötet	23
4. Marknadsföring	13	7.1 Utvärdering	24
4.1 Lansera en hemsida för mötet	14	7.2 Mätning av turistekonomiska effekter ...	24
4.2 Målgrupper och kanalval	14	7.3 Dokumentation	25
		Kontaktuppgifter	26



An aerial photograph of the Uppsala Concert Hall, a large yellow building with a white portico and columns. The building is surrounded by lush green trees. In the foreground, there is a large, formal garden with a central path, symmetrical lawns, and manicured hedges. A fountain is visible in the middle of the garden. The sky is overcast.

1. INITIAL PLANERING

1.1 VAL AV TIDPUNKT

- Vid val av datum eller period kontrollera så att mötet inte kolliderar med andra möten inom samma ämnesområde, på nationell eller internationell nivå. Det är även bra att stämma av så att det planerade datumet inte sammanfaller med andra större möten eller evenemang i Uppsala för att undvika kapacitetsbrist på lokaler och logi.
- ➔ Här kan du med fördel ta hjälp av oss på Uppsala Convention Bureau för att få kännedom om andra redan beslutade och datumsatta möten och evenemang framåt. Vi har som enda verksamhet i Uppsala en samlad bild över mötes- och idrottsevenemangsåren framåt i Uppsala.
- Ta reda på om mötet traditionellt brukar hållas en viss tid på året, specifika veckodagar eller till och med en bestämd vecka.
- Ha nationella och internationella helgdagar och skollov i åtanke vid planeringen av datum.

1.2 TEMA, INNEHÅLL OCH OMFATTNING

- Sätt ett tema och innehåll för mötet. Tydliggör om innehållet bör och kan ha en lokal förankring. Stäm gärna av innehållet med tidigare mötesvärdar och andra möten inom ämnet eller föreningen, för att undvika eventuella ämneskrockar.
- Sätt en agenda för mötet och fastställ antal dagar som mötet skall pågå, bestäm starttid och sluttid med hänsyn tagen till inresta deltagare. Vid bokning av lokaler är det även bra att ta extra tid för iordningställande av lokal, teknik eller eventuell utställning.



1.3 KOMMUNIKATION OCH MÅLGRUPPER

- Sök information och kunskap från tidigare arrangörer på andra orter som arrangerat just det här mötet.
- Ta beslut om när datum och innehåll ska kommuniceras ut.
- Identifiera dina målgrupper för mötet, välj en eller ett par att fokusera på. Uppskatta även hur många deltagare som väntas delta på mötet. Här finns kanske historik från tidigare arrangerade möten. Ta även i beaktande om trenden verkar ha ändrats efter pandemiåren. Ett värdskap på hemmaplan kan ge förutsättningar för fler lokalt verksamma personer att delta, än om mötet arrangeras på annan ort. Beräkna hur stort deltagande från lokala verksamheter som kan tänkas delta.
- Gör en projektplan som du lätt kan kommunicera. Här finner du tips på hur du skapar en projektplan: destinationuppsala.se/moten-evenemang/arrangera-evenemang/utveckling-av-moten-evenemang/



1.4 LEGACY/ARV EFTER MÖTET

Ett möte kan med små medel bidra till att ett positivt avtryck lämnas på platsen efter genomförandet och skapar mervärde för deltagarna. Vi uppmuntrar till att redan i ett initialt skede fundera kring hur du som arrangör, genom ditt möte kan skapa långsiktiga positiva effekter, både inom den egna verksamheten och ute i lokalsamhället.

Besluta redan i planeringen vilken effekt av mötet ni vill åstadkomma. Till exempel öka kännedomen om den egna verksamheten, utveckla specifika nationella och internationella samarbeten, kompetensutveckling för medarbetare, stärka varumärket eller för att rekrytera nya medarbetare.

Här finns ett antal bra tips:

destinationuppsala.se/moten-evenemang/varfor-moten-ar-bra/



2. ORGANISATION OCH ANSVAR



Ett väl genomfört möte bottnar i en bra struktur och tydligt fördelade arbetsuppgifter. Definiera därför för varje arbetsuppgift, vad som är den lokala arrangörens respektive nationella eller internationella organisationens ansvar. Både inför, under och efter mötets genomförande.

Identifiera viktiga lokala personer som kommer att ingå i konferensorganisationen, det vill säga den lokala organisationskommittén (LOC, Local Organising Committee). En rekommendation är att skapa arbetsgrupper med tydliga uppdrag och mandat, för att underlätta planering av mötet. Ett exempel kan vara vem som har beslutsmandat kopplat till val av datum, programinnehåll och ekonomi.

Förslag på arbetsgrupper och ansvarsfördelning:

- **Styrgrupp:** övergripande ansvar, kontakt med PCO/eventfirma, budget för mötet (hur fördelas resultatet, hur nyttjas eventuell vinst och/eller vem tar en eventuell förlust).
- **Programgrupp/programkommitté:** ansvar för planering av program, kontakt med föreläsare, talargåvor, marknadsföring, utvärderingar och eventuella intyg till deltagare under utbildning.
- **Vetenskaplig kommitté:** ansvar för expertkompetens kopplat till programinnehåll.
- **Sponsor/utställargrupp:** ansvar för kontakt med sponsorer i samråd med eventfirma/PCO, sponsorkontrakt.
- **Grupp för sociala aktiviteter:** ansvar för guidade turer eller annan aktivitet, val av lokal för middag, välkomstmingel, musik eller annan underhållning.



3. EKONOMI

För ett ekonomiskt hållbart möte är det viktigt att du tänkt igenom målen och de ekonomiska förutsättningarna för ditt möte.

Bestäm tidigt vilka utgifter du kan reducera om nödvändigt och/eller om några kostnader är möjliga att finna sponsorer för. Sätt upp tydliga mål redan från början och följ upp din budget löpande och justera vid behov.

Säkerställ att du har full kännedom om era kostnader och sätt upp realistiska uppskattningar kring beräknat antal deltagare, utställare, sponsorer och eventuell egen försäljning på plats. Undersök om det finns ett startkapital från tidigare möten att ta del av och vilken förväntan den nationella eller internationella organisationen har om mötet ska gå med vinst. Ta även reda på vilken part eventuell vinst tillfaller, är det till organisationen, den lokala föreningen/egna verksamheten eller går vinsten till nästkommande möte?



Här finns en enklare form av budgetmall att ladda ner:

destination uppsala.se/moten-evenemang/arrangera-evenemang/budgethjalpen/

Nedan följer frågeställningar som kan hjälpa dig i ditt budgetarbete.

3.1 INTÄKTER:

- Konferens- och deltagaravgifter
- Utställare
- Sponsorer
- ➔ • Eventuella beviljade bidrag och stöd, till exempel Världsklass Uppsala, Uppsala Kommuns representationsbidrag samt eventuell statlig finansiering
- Eventuellt överskott från tidigare möten

3.2 PRISSÄTTNINGSTRATEGI FÖR DELTAGARAVGIFTER:

- Ordinarie deltagaravgift för föreningsmedlemmar
- Studentpris
- "Early bird", med lägre registreringsavgift
- Sen registrering med eventuellt påslag
- Avgift för icke-medlemmar i föreningen
- Eventuella kostnadsfria deltagare, till exempel "honorary members"
- Ska prissättningen vara annorlunda för lokalt verksamma samt för de som kommer arbeta under mötet?
- Hur ser din prisstrategi för eventuella utställare ut?
- Medarrangörer, andra organisationer som bidrar

3.3 KOSTNADER:

Dela upp kostnaderna i fasta (oavsett antal deltagare) och rörliga kostnader (beroende av antal deltagare).

Fasta kostnader (oavsett antal deltagare):

- Lokalhyror (anläggning + eventuella bankettlokaler)
- Hemsida/marknadsföringsmaterial
- Föreläsare och inbjudna talare (arvoden, logi, resor)

Rörliga kostnader (beroende av antal deltagare):

- Måltider
- Registreringsverktyg – Kongressbyrå
- Sociala aktiviteter

Frågor att ställa sig kring kostnader:

- Vem står för kostnader för inbjudna talare?
- Minimiantal deltagare, för att nå break-even?
- Maxantal deltagare? Vad begränsar antalet?
- Finns befintlig hemsida för mötet eller byggs den för varje enskilt möte?
- Om man som offentlig verksamhet eller myndighet behöver upphandla tjänster, ta reda på vilka upphandlade leverantörer av tjänster det finns (kan till exempel handla om möteslokaler, PCO/Kongressbyrå, reklambyråtjänster med mera).
- De ekonomiska fördelarna med en digital eller hybrid lösning kan vara mindre än man tror. Beräkna därför kostnaden för eventuell teknisk utrustning som krävs för att kunna sända mötet med bra kvalitet på ljud och bild. Ska det digitala deltagandet vara interaktivt eller endast sändas live? Kan en inspelning för att kunna skickas ut i efterhand vara ett alternativ?

3.4 EXEMPEL PÅ BUDGETPOSTER:

- | | |
|--|--|
| • Kostnad för anläggning, mötesrum, grupprum, workshoputrymmen, styrelserum, utställning | • Aktiviteter, catering, transporter, underhållning |
| • Teknik för samtliga lokaler | • Kostnader för volontärer, till exempel luncher |
| • Extra Wi-fi | • Posterpris för bästa poster |
| • Posterskärmar | • Föreläsargåvor (som är tillåtna i handbagage i flygplan) |
| • Måltider; kaffe, lunch, kvällsaktiviteter | • Namnskyltar |
| • Försäkringar | • Information till deltagare och marknadsföring av mötet |
| • Bankkostnader i samband med kreditkortsbetalningar | • Delegatkasse |
| • Sociala evenemang | • Utvärderingar |

3.5 SPONSORER/UTSTÄLLARE

Utställning med betalande sponsorer kan ofta vara en förutsättning för att mötets ekonomi ska gå ihop. Sätt med fördel ihop olika sponsorpaket för att locka företag med olika budget, och matcha pris mot exponering.



Här finner du tips för ditt sponsringsarbete (och checklista):

destinationuppsala.se/moten-evenemang/arrangera-evenemang/sa-lyckas-du-med-din-sponsring/

- Har du definierat ditt sponsringserbjudande och lagt ett prisförslag för det affärsutbyte du erbjuder eventuella sponsorer?
- Mät och mät! Om du vill behålla och skapa nya samarbeten är det mest effektiva sättet att vara expert på ditt möte, din målgrupp och effekten av de samarbeten du erbjuder.
- Undersök om det finns huvudsponsorer sedan tidigare. För att det ska vara möjligt att i framtiden anlita sponsorer/utställare måste deras önskemål om att träffa mötesdeltagarna respekteras. Till exempel under luncher, kaffepauser och eventuell exponering från scenen.

Bra frågor att ställa sig om utställningar:

- Om utställning är bruklig, hur många utställare kan det bli och hur stor yta behöver bokas upp för detta?
- I vilken form har utställningen varit, enkla rollups med ståbord eller stora montrar?
- Finns det förteckning från tidigare möten, avseende utställarföretag/verksamheter att återuppta samarbete med?
- Brukar det vara posterutställning under mötet och hur stor yta kan komma att krävas för detta?



4. MARKNADSFÖRING

A person's silhouette is visible in the foreground, pointing towards a presentation screen. The screen displays a cityscape featuring the prominent spires of a church, likely Uppsala Cathedral, against a clear sky. Below the church, there are modern residential buildings with orange and white facades. The overall scene suggests a professional presentation or meeting.

4.1 LANSERA EN HEMSIDA FÖR MÖTET

Med en hemsida för ditt möte kan du effektivt samla all information till deltagare. En bra hemsida fungerar som navet för din marknadsföring och är ett kostnadseffektivt sätt att synliggöra ditt möte. Om ditt möte är återkommande kan domänen även återanvändas för kommande möten. En anmälningsfunktion kan också kopplas på.

Under **Planering och genomförande** finner du viktiga rubriker för din konferenshemsida.

4.2 MÅLGRUPPER OCH KANALVAL

När du har definierat dina primära målgrupper för mötet, fundera vidare över dessa och hur du bäst når ut med ditt budskap till dem. Fundera även kring eventuella sekundära målgrupper och vilka kanaler som kan/bör användas för att nå ut till dem.

Förslag på kommunikationskanaler och marknadsaktiviteter finner du nedan. Fundera över vilka som är applicerbara för er:

- Annonser och affischer
- Sociala medier
- Konferenswebbsida
- ➔ • Synlighet vid tidigare års möten
- Synlighet vid andra relevanta branschmöten
- Vilka befintliga kanaler finns? (Till exempel underföreningar, nätverk, kontaktlistor)
- Vad har andra arrangörer gjort för att säkerställa höga deltagarantal/ delegate boosting?
- Kan en tidig keynote speaker lanseras för att skapa intresse?



5.
**PRAKTISKA
FRÅGOR**

När du utformat en plan för ditt möte och kommit i gång med det övergripande arbetet är det dags att tänka till runt de praktiska frågorna.

5.1 HÅLLBARHET

Uppsala har ett bra utgångsläge för att arrangera hållbara möten och nedan finner du konkreta tips på hur du kan väva in hållbarhetsaspekten i mötets alla beståndsdelar.



Du kan även läsa mer om hållbara möten här:

destination uppsala.se/moten-evenemang/arrangera-evenemang/checklista-for-hallbara-moten-och-evenemang

Övergripande tips för ett hållbart möte:

- Se över vilken information som måste skrivas ut och vad som mer effektivt kan distribueras digitalt. Om material måste tryckas, välj miljövänliga och återvinningsbara material samt se till att det mesta kan återanvändas till nästkommande möte
- Undvik engångsmaterial och miljöfarlig plast
- Finns det tradition av gåvor till deltagare eller talare? Skänk gärna till välgörenhet eller lokala samhällsprojekt
- Utveckla en plan för hur organisationen ska arbeta med inkludering och olika typer av funktionsvariationer framåt. Välj lokaler som är tillgängliga för alla oavsett funktionsvariation
- Sträva efter jämlikhet och mångfald i programmet vid val av talare, underhållning etc
- ➔ • Välj om möjligt lokala föreläsare, artister och underhållning
- ➔ • Arrangera en pausaktivitet som bidrar till lokal hållbarhet
- Undersök hur den bokade mötesanläggningen hanterar matsvinn och sophantering
- Ska en avgift för klimatkompensering läggas till på deltagaravgiften?

5.2 FÖRTÄRING

- Ska hela eller delar av menyn vara vegetarisk?
- Be gärna om menyer efter säsong, ekologiska och närproducerade alternativ
- Undvik rödlistad fisk och skaldjur
- Se över om ni kan få överbliven mat bortskänkt
- Välj kranvatten framför förbuteljerat vatten på flaska
- Minska matsvinnet, till exempel genom att be om portionsservering i stället för buffé

5.3 RESANDE

- Uppmuntra till samåkning och informera om promenadavstånd och uppmuntra till resande med kollektivtrafik
- Vid taxiresor, efterfråga miljöbil i första hand
- Vid flygresor, uppmuntra till klimatkompensation



➔ 5.4 LOKALER

Fler praktiska frågor kan röra möteslokal och hur boende för mötets deltagare skall administreras. Punkterna nedan hjälper dig vidare med hur du bör tänka kring ditt val av mötesanläggning samt om och hur boende bör bokas för nationella eller internationella besökare.

- Bokning av möteslokaler bör ske med god framförhållning, mellan 1-5 år beroende av mötets storlek. Även på hotellen krävs det god framförhållning när du önskar boka möteslokaler eller boende i anslutning till ditt möte. Tillgängligheten är beroende av hög- och lågbelagda perioder.
- I valet av lokaler och logi, fundera över om ni har möjlighet att välja anläggningar som aktivt arbetar för hållbarhet och tar socialt ansvar. Med fördel kan du använda Uppsala Convention Bureaus hemsida där vi listar vilka anläggningar som är miljöcertifierade: destinationuppsala.se/places/
- Tänk på tillgänglighet för alla, för deltagarna på lika villkor – till exempel hörslina och tillgänglighetsramper.
- Finns det en tradition av parallella sessioner eller brukar det vanligtvis endast vara sittning i plenum?
- Brukar måltider såsom fika och luncher serveras i anslutning till, eller i samma lokal som eventuell utställning? I så fall bör programmets pauser anpassas så att tid att besöka utställare finns. Pauser är också något som blivit allt viktigare. Ett tips är att se till att det finns gott om utrymme/tid för "serendipity", det vill säga de oväntade mötena och nätverkandet som ofta sker just vid fika och lunch.



5.5 BANKETT/MIDDAGAR

Planerar ni att arrangera gemensamma middagar under mötet? Planerar ni att även arrangera en välkomstmottagning/mingel i starten av mötet?

- ➔ Det är bra att ni tidigt säkrar lediga datum för detta. En tjänst som även Uppsala Convention Bureau kan hjälpa er med.

Hör med tidigare arrangörer av mötet eller bedöm hur stor andel av deltagarna som kommer att delta.

Planera för att deltagarna efter mötesdagens slut hinner till sina hotellrum före middagen.

Frågor att ställa sig planeringen:

- Ska det vara en sittande middag eller ett stående mingel?
- Planerar ni underhållning till middagen så efterfråga scen och scenteknik för detta
- Ska middagen efterföljas av dans, säkerställ yta och/eller omdukningstid för detta

Budgetfrågor gällande middagen:

- Fastställ om kostnaden för middagen ska täckas av deltagaravgiften eller om den ska bekostas med adderad avgift.
- Är det en tvårätters eller en tre-rättersmiddag som ska erbjudas?
- Ska eventuell alkoholhaltig dryck inkluderas i middagskostnaden och i så fall hur många enheter?
- Ska deltagarna kunna köpa till dryck utöver det som erbjuds och hur ska det hanteras? Med förköpta dryckesbiljetter eller med bar för beställning?
- Önskas bordsdekorationer och/eller blommor på scenen?

➔ 5.6 BOENDE/LOGI

Ska deltagarna erbjudas andra rumskategorier än enkelrum?

Hur ska logi bokas? Förväntas arrangören säkra upp boende och delge kod för deltagarna själva att boka eller finns det möjlighet internt att ta hand om hotellbokningar i anmälningssystemet? Alternativt är detta också något som en PCO kan vara behjälplig med, se avsnitt 5.7.

I Uppsala finns 23 hotell med 2 000 hotellrum med totalt 4 400 bäddar. Över hälften av rummen tillhör något av stadens sju kedjeanslutna hotell. Härtill erbjuds vandrarhemssrum och campingstugor. Rumskapaciteten är huvudsakligen koncentrerad till tätorten.

Under 2026 välkomnar vi ytterligare 450 hotellrum till centrala Uppsala.



➔ 5.7 PCO, PROFESSIONAL CONGRESS ORGANISER - KONGRESSBYRÅ

Många som åtar sig ett värdskap för ett möte gör det utöver sina ordinarie arbetsuppgifter och eventuellt har man inte tidigare erfarenhet av att vara arrangör. En Professional Congress Organiser (PCO) tar dig genom alla steg i planeringsarbetet, genomförandet och uppföljningen.

Fundera över om ni ska anlita en PCO för ert möte. När du anlitar en PCO lämnas inget åt slumpen. De kan ge dig värdefulla råd och vägledning i viktiga ekonomiska, juridiska och tekniska frågor och kan avlasta dig i ditt värdskap.

I Uppsala har PCOerna Akademikonferens och Resia Kongress lokalkontor.

En PCO kan bland annat hjälpa till med:

- Budget- och ekonomihantering, redovisning
- Projektledning/projektkoordination
- Lokal-, hotell- och resebokningar
- Marknadsföring
- Anmälan och deltagarservice
- Abstracthantering
- Utställar- och sponsorhantering
- Kontakt med föreläsare
- Sekretariat på plats
- Sociala aktiviteter och medföljandeprogram

5.8 REGISTRERINGSSYSTEM OCH EVENTAPP

Det finns också verktyg om man på egen hand vill sköta administrationen av ett möte. Sådana verktyg kan innehålla inbjudan, anmälningsformulär, eventhemsida/app samt teknik som möjliggör att deltagarna själva skriver ut sina namnlappar på plats genom scanning av anmälningsbekräftelser, en så kallad print on demandlösning.

I Uppsala finns Trippus Event Solutions, som erbjuder ett komplett verktyg för att hantera möten och evenemang i alla dess olika former - såväl digitala som hybrida och fysiska. Genom smidig administration får du som arrangör full kontroll och kan skapa engagemang före, under och efter ditt möte.



6. PLANERING OCH GENOMFÖRANDE

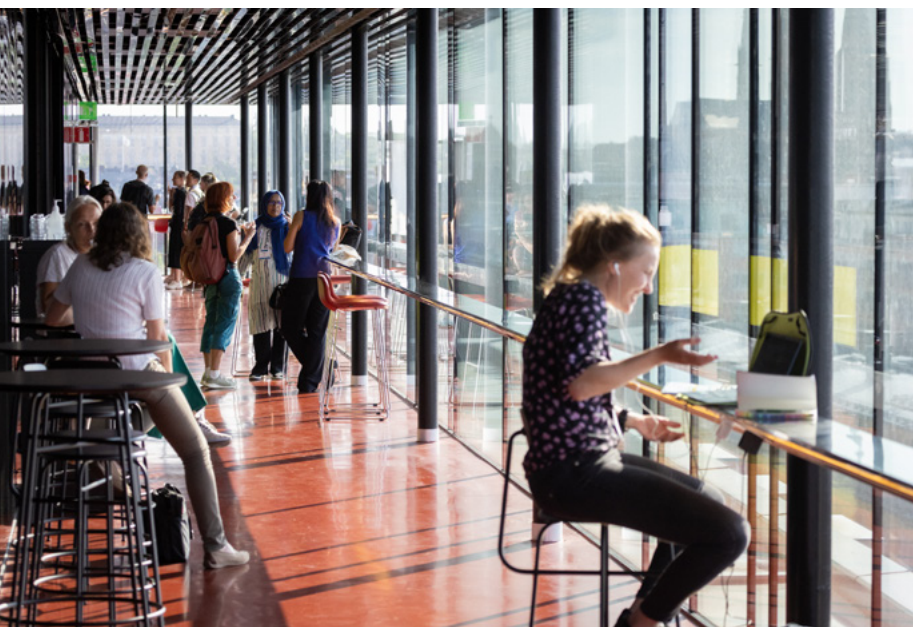


6.1 TIDPLAN OCH CHECKLISTA

- Formulera ditt mål och syfte med mötet.
- Identifiera din målgrupp, se avsnitt 1.
- Estimera en budget för ditt möte, se avsnitt 3.
- Upprätta tydliga deadlines:
 - När ska ramverk och preliminärt program vara klart?
 - När bör kontakt med eventuella föreläsare/moderator tas?
 - När ska anmälan till mötet vara öppen?
 - Fastställ ett datum för utskick av påminnelser till medlemmar/deltagare.
 - När ska abstracts ha inkommit?
 - Arbetsgruppen väljer ut vilka som presenteras muntligt och vilka som blir postrar och informerar dem som skickat in. Ge även instruktioner om posterstorlek.
 - När ska programmet vara klart?
 - När ska deltagaravgifter vara betalda?
 - När ska föreläsare etc ha inkommit med presentation eller sammanfattning?
 - När bör anläggningar och logi vara bokat och bekräftat?
 - När bör hemsidan för mötet vara publicerad? Finns följande information med?
 - välkomstsida
 - information om värdstaden
 - kontaktuppgifter till organisationskommitté och/eller PCO
 - information om konferensanläggningen och vägbeskrivning
 - vetenskapligt program och hålltider
 - sociala aktiviteter/program
 - logibokning
 - deadlines för deltagare, anmälan, deltagaravgifter samt "call for papers"
 - en listning av sponsorer, utställare och eventuella samarbetspartners
- Löpande arbete:
 - Uppdatera och dela reviderade versioner av budgeten, till berörda parter
 - Stäm av det löpande arbetet inom arbetsgrupperna kring exempelvis sponsring, sociala aktiviteter eller vetenskapligt program
 - Bekräftelse och information till anmälda deltagare och eventuella utställare
 - Säkerställ att deltagar- och utställaravgifter betalas in och dokumenteras korrekt
 - Bekräfta inkomna abstracts till författare och meddela om eventuell muntlig presentation eller förbereda för posterutställning
 - Skicka löpande ut riktlinjer för posters och tillgängliggör dem på hemsida

Fortsättning på nästa sida

- Slutför skapandet/design av skyltning, namnskyltar, annat material.
- Förbered registreringen om inte kongressbyrå är kontrakterad.
- Gör slutliga avstämningar med leverantörer, hotell, catering med flera:
 - Bekräfta val av mat och dryck samt antal till de anläggningar som berörs
 - Bekräfta antal bokade hotellrum och släpp eventuellt outnyttjade rum
 - Stäm av uppdaterad deltagarlista, stämmer antal överens med bokningen?
 - Gör avstämning med anläggningen kring posteruppställning och bekräfta antal
 - Säkerställ att alla har korrekt körschema (tekniker, moderator med flera)
 - Stäm av allergier
- Planera för bemanning på plats under mötets genomförande. Vilka platser och funktioner kräver bemanning? För dialog med anläggningen och/eller PCO för till exempel värdar/värdinnor, garderob och registrering/sekretariat.
- Undersök och identifiera behovet av volontärer eller funktionärer till ditt möte.



7. EFTER MÖTET

➔ 7.1 UTVÄRDERING

Glöm inte att göra en utvärdering, det är ett kvitto på hur ni lyckats genomföra mötet och det skapar också viktiga lärdomar för framtiden, samt att deltagarna känner sig delaktiga och att de kan vara med och påverka.

En utvärdering bör gå ut så snart som möjligt efter mötets slut då deltagarna, utställarna och sponsorer fortfarande har mötet färskt i minnet. Fundera över om det ska vara en eller två enkäter. Vid två enkäter kan fokus i den första enkäten vara hur deltagarna upplevde mötet och vad de lärde sig och den andra enkäten ger en möjlighet att följa upp (kanske 1 till 6 månader efter mötet) vad deltagarna gjort med sina nya insikter och kunskaper.

Fundera om utvärderingen ska göras direkt på plats, i slutet av programmet eller om ni ska skicka ut enkäten via mail i efterhand.

Du kan som arrangör välja ett antal olika metoder, men den vanligaste och enklaste är en digital enkät. Du kan också välja att ringa eller göra undersökningar på plats. En generell regel är att du bör få minst 30% i svarsfrekvens på din enkät för att du ska kunna göra en adekvat och hållbar analys av materialet.

Det finns många bra digitala verktyg på marknaden. Som exempel kan SurveyMonkey och Googleformulär nämnas. Verktyg som till exempel Menti.com kan med fördel användas under mötet.

Utforma frågorna så att du får användbara svar. Vad vill du veta?

Förslag på frågor:

– *Hur nöjd är du med mötet?*

Fråga deltagarna vad de tyckte om datumet och platsen och hur talarna, ämnena, föreläsningarna och maten var. Utvärdera hur lyckat mötet var överlag innan du fördjupar dig i detaljerna.

– *Hur väl motsvarade mötet dina förväntningar?*

Be deltagarna att betygsätta hur väl mötets innehåll och genomförande levde upp till uttalade målsättningar.

– *Hur välorganiserat var mötet?*

– *Fanns det tillräckligt med tid för diskussioner?*

Möten behöver en bra balans mellan föreläsningar, samtal och interaktion.

– *Vilka ämnen skulle du vilja få mer av på framtida möten?*

Använd frågor för att samla in information för nästa möte såväl som för att utvärdera det ni nyss genomfört. Använd svaren för att få nya idéer eller testa nytt innehåll på framtida möten.

När enkäten är genomförd börjar det verkliga arbetet; själva utvärderingen. Överväg olika tolkningar av resultatet och dra inte för snabba slutsatser. Är det ett återkommande arrangemang du genomför? Se till att använda samma frågor för att få jämförbara resultat över tid och lägg till de nya frågor som du också önskar att få svar på.

➔ 7.2 MÄTNING AV TURISTEKONOMISKA EFFEKTER

Uppsala Convention Bureau mäter effekter av möten på hemmaplan och önskar gärna, om möjligt, finnas med under ert möte med en informationsdisk och synlighet för att uppmana deltagarna att fylla i den digitala enkät vi tagit fram i syfte att mäta upplevelsen av Uppsala som mötesstad och de turistekonomiska effekter som möten bidrar med till staden.

7.3 DOKUMENTATION

Gör en plan för hur uppföljning och dokumentationen av ditt möte ska gå till. Bra dokumentation kommer att underlätta för andra att snabbt sätta sig in i arbetet, för rapportering av projektets utveckling och för slutrapporteringen till sponsorer och andra intressenter.

Genom dokumentation får du en bra struktur över ditt arbete. Det leder i sin tur till att du och dina medarbetare har lättare att urskilja vad som behöver göras och prioriteras för att nå projektets målsättningar vid nästa genomförande.

Med hjälp av denna manual hoppas vi att du lyckats med ditt möte och får statuera med många goda exempel för framtiden. Kanske finns det även mindre goda exempel som nästa års arrangör bör vara medveten om. Fundera över hur du tycker att mötet gick och hur nästa möte skulle kunna utvecklas för att bli ännu bättre.

Tips på dokumentation:

- Spara alla filer på en och samma plats i ett moln eller en hårddisk och se till att göra regelbunden back up av ditt material.
- Gör en tydlig mappstruktur som följer mötets olika delar.





Uppsala Convention Bureau
Destination Uppsala AB

Postadress: c/o Uppsala kommun, Stadshusgatan 2, 753 75 Uppsala

Besöksadress: Stadshusgatan 2 (Stadshuset)

Telefon/Phone: + 46 (0)18 727 48 34

uppsalacvb@upsala.se

www.upsalaconventionbureau.se

