

BILAG 5: TJEKLISTE TIL ET VELLYKKET INTERNATIONAL MATCHMAKINGEVENT

REFLEKSIONER FORUD FOR TUREN

- Sørg for at sikre, at der er overensstemmelse mellem udvalgte marked/teknologi/innovation og jeres strategi, før planlægningen går i gang.
- Er der interesse for den udvalgte aktivitet blandt medlemmerne?
- Hvordan finansieres turen?
- Hvilke samarbejdspartnere kan evt. inddrages?

Når de ting er tænkt ind, er I klar til den praktiske planlægning.

HVORDAN ARRANGERER MAN EN MATCHMAKINGEVENT?

I forbindelse med større internationale messer, konferencer, markedsbesøg i udlandet og gerne fyrtårnsevent i Danmark og/eller udlandet finder der ofte en matchmaking-event sted. Det kan supplere deltagelsen i hovedarrangementet ved at skabe konkrete resultater på en effektiv og konstruktiv måde. Det giver merværd for alle parter. Man har alle potentielle samarbejdspartnere samlet på ét sted og sparer derved en masse ressourcer både i tid og penge, fremfor at skulle rejse verden rundt for at mødes med potentielle samarbejdspartnere.

På sigt bliver der skabt flere internationale samarbejder, som gavner alle, hvad enten det er kommercielt, teknologisk eller projektorienteret.

UDVIKLING AF KONCEPTET

- Hvad har vi af egne ressourcer?
- Andre konkurrerende events?
- Hvor skal det afholdes: egen conference, messe, mv.?
- Er der en kritisk masse til gennemførelsen?
- Hvem er målgruppen?
- Identificér og udvælg danske og udenlandske samarbejdspartnere.
- Indgå aftale om gennemførelse og lav evt. en tids- og handlingsplan for eventen.

INDGÅELSE AF AFTALE MED RELEVANTE SAMARBEJDSPARTNERE VEDR.:

- Lokaler, borde, stole, informationsskranke, forplejning og assistance på selve dagen og andre praktiske forhold.
- Markedsføring i Danmark og udlandet.

FORBEREDELSE AF EVENTEN

- Udvalgelse af matchmakingværktøj (der findes i dag en lang række værktøjer til at lave matchmaking: b2match, Converne og Talkb2b for at nævne et par stykker)
- Udarbejd en markedsføringstrategi og -pakke

UNIQUE SELLING POINTS TIL BRUG FOR MARKEDSFØRING

- Præsenter dine produkter, services eller projekter.
- Mød nye samarbejdspartnere face-to-face.
- Få internationale kontakter og start internationalt samarbejde.
- Find nye kommercielle/teknologiske/research partnere.
- Få nyeste viden om relevante emner.
- Præsenter, diskutér og udvikl nye projekter.

MARKEDSFØRING OG REKRUTTERING AF DELTAGERE

- Aktivér alle relevante kommunikationskanaler.
- Identificér og registrér udvalgte deltagere på hjemmesiden.
- Lancering af hjemmeside ca. seks mdr. før eventen.
- Markedsføring af matchmakingeventen.
- Registrering, oprettelse og validering af profiler.
- Mødebooking ca. tre til fire uger før eventen. Mails udgår automatisk til deltagerne og evt. telefonisk kontakt.
- Løbende kontakt til samarbejdspartnere for at sikre deltagere.

FOR FÅ DELTAGERE

- Der holdes løbende status med antal af deltagere og møder. Skulle der mod forventning være færre end forventet, så overvej at aflyse eventen.

MATCHMAKING

- Deadline er udløbet. Der lukkes for yderligere registreringer, og systemet matcher alle forespørgsler af møderne.
- Udsendelse af de individuelle mødeprogrammer til alle deltagerne.

GENNEMFØRELSE AF EVENTEN

- Print af mødeprogrammer, bordskilte m.fl.
- Evt. forberedelse af åbningstale.
- Tjek af lokaler og alle praktiske ting.
- Brief alle hjælpere om forløbet af eventen; bemanning af informationsranken, kontakt til dem der ikke dukker op til bookede møder mm.
- Gennemførelse af matchmakingen.
- No-show?

EVALUERING

Efter al den slid og slæb og oftest et krav til diverse rapporteringer, så er det tilfredsstillende at kunne måle på eventen. Ud over at vurdere på selve eventen, så kan I også blive klogere på, hvad I kan gøre bedre næste event ved at se på konkrete outputs som: Hvor mange deltog, hvor mange møder, hvor mange møder var interessante, hvor mange mulige samarbejder opstod, hvor mange konkrete samarbejder blev der indgået. Og netop til det formål er der i onlinesystemet indbygget en udsendelse af evaluering:

- Den første evaluering udsendes umiddelbart efter gennemførelse (max. én uge efter).
- Reminder kan udsendes for at få yderligere svar.
- Den anden evaluering udsendes ca. seks måneder efter gennemførelsen.

På baggrund af ovennævnte kan I udarbejde succes historier og sende pressemeddelelser, artikler, omtale mm. til jeres klynge og til de trykte og sociale medier.