



**Syfte:**

Att ni blir en mer attraktiv arbetsgivare.

**Mål:**

Tips & Inspiration hur ni kan attrahera nya medarbetare.

Dialog kring olika arenor för rekrytering.

Tips & verktyg för ett gott ledarskap.



AI - billigt, oberoende  
bill för litligt, billigt

Youtube - visuellt,  
möjligt att  
 hitta experter på  
 distans

Löplabbet - kunskap,  
trygghet, test  
behovsanpassat

ALM - vdrskap  
- behovsanpassat  
- finansiering mm

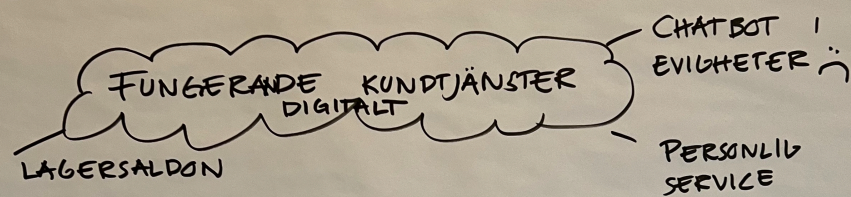
Communique

Sw Lapland olika  
projekt

Kollegor  
Andra tjänstföretag  
Biblioteket

HÖJDMETER - expertis, hjälp hela  
vägen, tar emot feedback,  
önskemål.

Ser behov



UNIONEN - bred kunskap, snabb  
återkoppling. Min om sina medlemmar  
Live chat

CENTRUM - Ser personens behov,  
tvingar inte.  
Hänvisar vidare

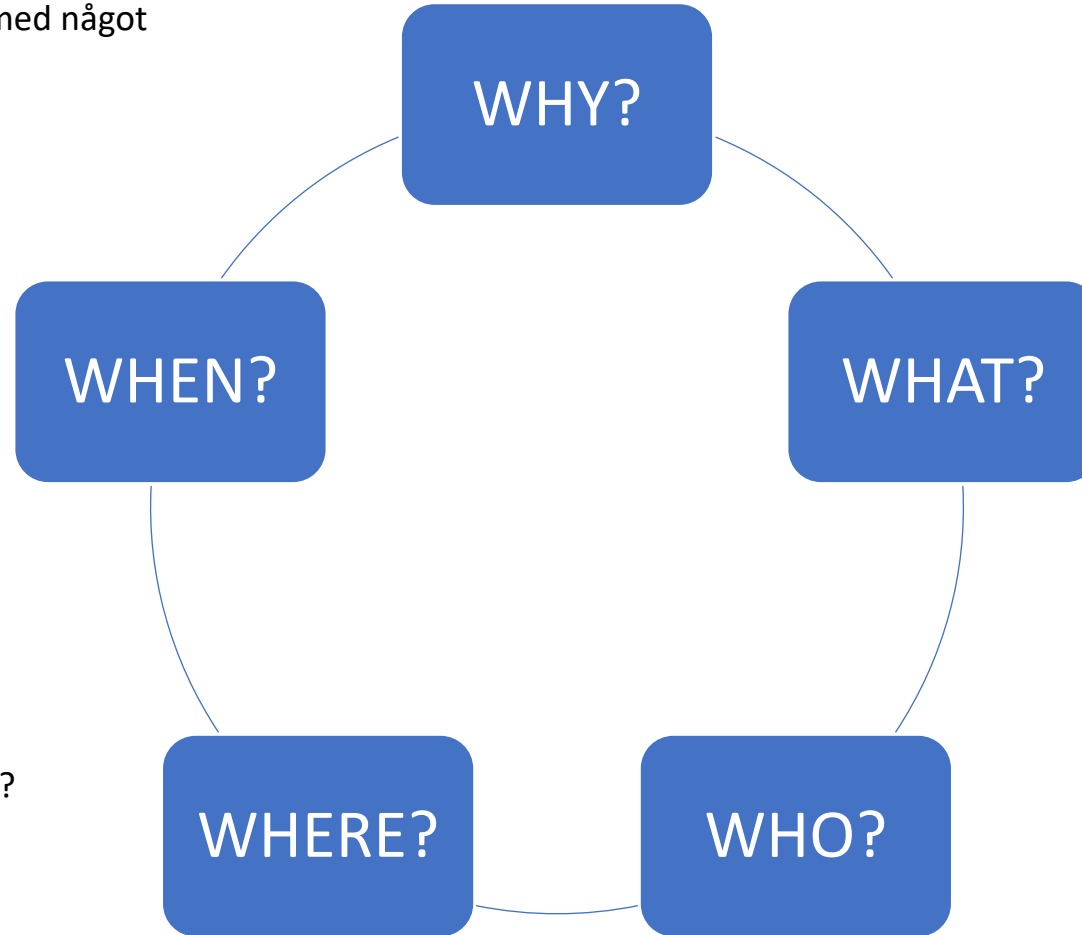
TELEVOX - Hjälpsamma, ger det lilla extra

Vad ni ansåg  
är bra  
rådgivare och  
vad de gör.

Utifrån vad vi vet baserar vi vår rekommendation....

Är 12-12 bäst? Ankomst/middag kvällen före bäst?  
Lämpligt att erbjuda mervärdestjänst?  
Ligger mötet före/efter eller i samband med något väsentligt för verksamheten?  
När ankomst? Avresa?  
Vad kan skapas runt måltider?  
Vad krävs för att vi ska få din bokning?  
När behöver du offerten?  
När fattar ni beslut?  
När kan vi höras?

Lämplig mötesmiljö?  
Har ni några krav på oss som anläggning?  
Vad kan vara ett bra mötesrum?  
Mötesform?  
Möblering?  
Teknik/ hjälpmedel



Varför ska ni ha mötet?  
Har ni haft det innan?  
Vilket typ av möte är det?  
Finns det koppling till något i er verksamhet?  
Varför träffas ni?  
Är det återkommande?  
Varför har ni valt att kontakta oss?

Vad ska ni göra?  
Innehåll?  
Vad är viktigt för företaget?  
Vad är viktigt för dig?  
Är det flera talare? mötesledare?  
Vad får det kosta? Prisindikation?  
Vad förväntar ni er av oss?  
Några digitala talare/deltagare?  
Finns det positiva eller negativa erfarenheter vi bör känna till?

Olika nationaliteter?  
Funktionshinder?  
Känner de varandra?  
Vilka funktioner på företaget?  
Ålder? Kön?  
Flygs man in från olika platser?  
Policys eller värderingar att ta hänsyn till?  
Hur bokar man? Anmälningsförfarande?  
Vem är ansvarig? Kontaktperson?  
Deltar någon på länk?



## Tips och råd!

Behovsanalysen och en intresserad duktig rådgivare kan leda samtal/fokus på kundens möte vilket kan göra priset mindre viktigt.

Vi älskar bra rådgivare som löser vårt behov.

Printa ut frågebatteriet och testa ställ några frågor, omformulera så att du känner dig bekväm.

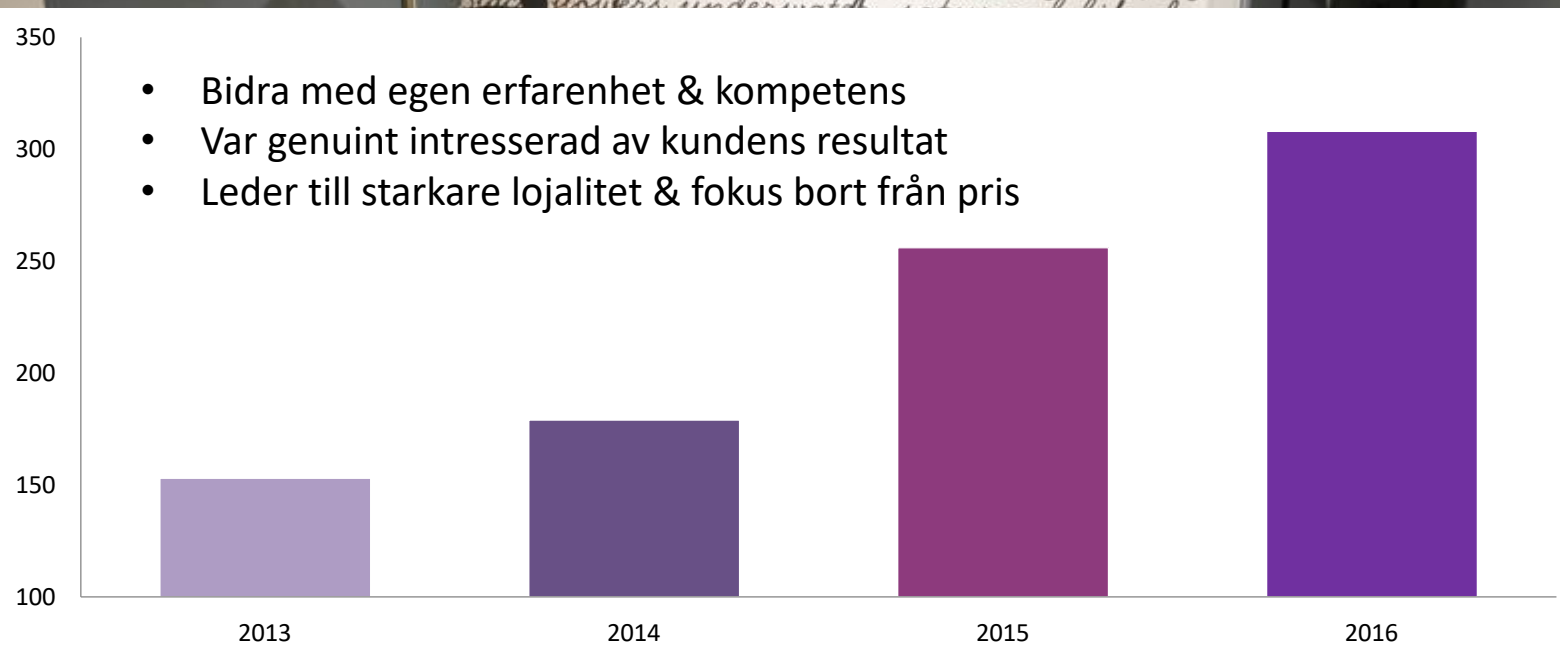
Tänk på att ni även kan skapa frågebatteri för bröllop, event, detaljplanering etc.

För dig som är nyfiken att se vad chatgpt kom fram till som Björn testade i kundcasen så finns den här:

<https://chatgpt.com/share/66ffbb72-9990-8004-9855-cac2968372b8>

Som ni kommer att se så uppfattade chatgpt helt andra saker som inte fanns i manuset, vilket innebär inte till stor hjälp i detta fall. Förutom bra beskrivande texter så har den lite att jobba på 🤔

# Room Hire / Meeting Guest



Landa i utifrån er möteskapacitet om ni behöver öka beläggning eller ska jobba med priset.

Denna övning kan ni även göra utifrån ex. restaurangbeläggning eller spabeläggning.

	WD	WE
SM (10st) Occ Rate	35% 700:-	15% 500:-
MM (6st) Occ Rate	85% 250:-	20% 200:-
LM (2st) Occ Rate	65% 300:-	25% 250:-
Tot Occ: 50%		
Tot Rate/meeting guest: 300:-		

Synliggör era mål som ni vill mäta på en White board på bokningen/ back office.

Gör status på intäkter vs. budget/mål tydligt.

Se till att ha framförhållning genom att varje vecka stämma av rullande 12 månader.

Målstyr och följ upp för bokningen relevanta mål, ex. antal offerter & hitrate och total omsättning.

Rullande 12 mån Målsinriktad

	Jan	Feb	mar	April	maj	Juni
Budget	900	700	1,2	1,5	2 mkr	900
Bokn	500	800	500	900	1,2	700
OPT	100	300	300	500	700	100

Mål	v.6	v.7	v.8
Hitrate			
Offert Antal			
Pengar			

Fokus Kommande vecka	v.6
Upp	.....
Kalle	.....
Emma	.....

Uppdatera tavlan med siffror innan mötet.

Uppdatera måldelen och fokus kommande vecka tillsammans under mötet.

Detta kommer medföra att ni har samma bild och uppfattning om era behov 12 månader framåt vilket också leder till att ni kan agera proaktivt.

Det visuella på tavlan gör att fler som ej deltar på mötet kan hålla sig uppdaterad.

# Show Me The Money

**Syfte:** Optimera intäkter på kort och lång sikt

**Mål:** Följa upp utfall på fg. veckas mål & försäljning  
Enas om fokus kommande vecka utifrån våra mål

*Måndagar kl. 11-11.45 inne på bokningen*

*Deltagare: Sälj & bokning – Mötesledare är Karin*



- Dialog kring förändringen försäljning 12 månader
- Avstämning på avd. mål fg. vecka  
*Antal offerter ( pengar/antal ) – Hitrate i % - Visningar – Samtal*
- Info och dialog kring LOS/CAN – Anledningar
- Dialog/beslut fokus kommande vecka  
*Vilka offerter ska prioritera att bearbetas?  
Utifrån status på våra mål , vad ska prioriteras?  
Vilka ska ringas? Vilka visningar har vi?  
Svag eller stark månad där vi behöver agera?*
- Summering & Reflektion av mötet

Karin	5
Alla	10
Karin	5
Alla	15
Karin	5



# Sales & Fokus Meeting

**Syfte:** Hitta gemensamt fokus för att nå våra mål

**Mål:** Genomgång av resultat & prognos 12 mån framåt  
Reflektera/fatta beslut om sälj & marknadsaktiviteter

*Varannan månad – torsdag kl. 11.30-12.30*

*Deltagare: Försäljning/marknad– Mötesledare är Anna*



## LET'S TALK

- |   |      |    |
|---|------|----|
| • <b>Genomgång av resultat fg. månad</b>  | Anna | 5  |
| • <b>Prognos försäljning 12 månader framåt vs FÅ</b><br><i>Dialog &amp; beslut vilka åtgärder/insatser som bör göras och av vem</i>                             | Anna | 15 |
| • <b>Säljaktiviteter och Marknadsaktiviteter</b><br><i>Reflektion/lärdomar på utförda aktiviteter samt beslut på ev. nya aktiviteter vi vill göra</i>           | Alla | 15 |
| • <b>Kunder – status &amp; förändringar</b><br><i>Vilka är våra kunder och hur producerar dem?</i><br><i>Dialog &amp; beslut på vilka åtgärder vi vill göra</i> | Anna | 15 |
| • <b>Summering &amp; Reflektion av mötet</b>  | Anna | 5  |



## Tips och råd!

Om ni väljer att ha ett veckomöte på sälj/bokning se till att alla känner till "strukturen" och mötesagendan så att mötet alltid kan genomföras.

Var tydlig med eller tillsammans kom fram till vilka era "dröm-bokningar" är, dvs. vilka förfrågningar ska ni prioritera att alltid göra en behovsanalys på.

Om ni är nyfiken på Get Accept (offert system)  
<https://www.getaccept.com/>

Paketeringar på era hemsidor som inspirerar kunder till bra möten och sammankomster! (tänk på att skapa känslor)

För inspiration kolla in Camp Ripan:

<https://ripan.se/upplevelser/paket/>

Här ser ni olika paket från Medlefors:

<https://www.medlefors.se/konferens/konferenspaket/>

Trakt Forest hotel och deras paketering:

<https://traktforesthotel.com/sv/om-konferens/konferenspaket/>

## Vad tycker kunder är viktigt och skapar värde samt lojalitet?

I filmen (som är 21 minuter) får ni lyssna till 3 st. kunder som har stor erfarenhet av att boka möten och konferenser och vad de tycker är viktigt både vid förfrågan, val av anläggning, under själva vistelsen och efter avslutad konferens/möte.

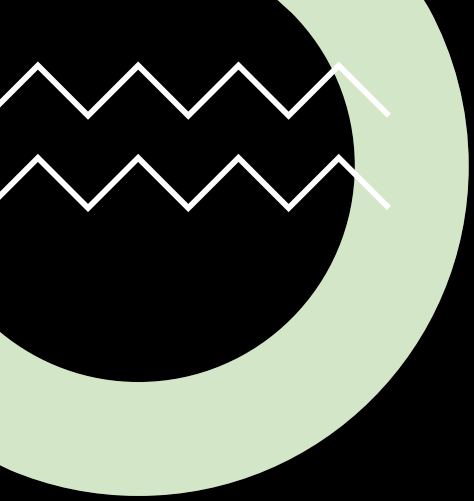
De lyfter fram olika perspektiv som de tycker är viktigt vid en förfrågan och när de väljer anläggning som är intressant för bokningen att lyssna till. De lyfter även fram vad de tycker är viktigt när de är på plats under vistelsen som är intressant för såväl receptionen/mötesavdelningen/kök och restaurang.

Klicka här 📌

<https://portal.gr8meetings.se/vad-3-kunder-tycker-ar-viktigt-och-som-skapar-varde-samt-lojalitet>



**TEMA**  
*Kunden i  
fokus*



**THANKS!**



[helene.arvidsson@gr8meetings.se](mailto:helene.arvidsson@gr8meetings.se)  
[micke.darmell@gr8meetings.se](mailto:micke.darmell@gr8meetings.se)

Blogg & tips på [gr8meetings.se](http://gr8meetings.se)  
Lägg gärna till oss på LinkedIn!