

## Markedsføring - en vigtig del af kongressen

**Markedsføringen skal være friendly, focused, flexible, fast og fun. Markedsføring er blevet stadig vigtigere, fordi kampen om opmærksomheden er blevet større.**

Skal - eller skal man ikke - bruge kræfter på at markedsføre sin kongres? Hovedreglen er: Det skal man.

Hvis man ser bort fra møder, som folk er tvunget til at komme til, så er det vigtigt at tænke markedsføringen ind i planlægningen. Deltagerne kommer jo ikke, med mindre de kender til arrangementet. Specielt når det gælder de medicinske kongresser, er der mange kongresværter, der mener, at markedsføring ikke er nødvendig. Deltagerne kommer jo nok af sig selv, hvis det faglige program er godt. Men man kan ikke slutte ud fra formodninger, man bør tænke markedsføring ind helt fra starten.

### Timing

Det gælder om at komme i gang i god tid med at markedsføre sin kongres. Ved større kongresser skal man være ude tre - fire år, før kongressen afholdes. Mange kongresser holdes hvert eller hvert andet år, og her skal man senest være oppe på dupperne på den kongres, som ligger lige før ens egen. Desværre ses det ofte, at kongresværter kommer for sent i gang. Tendensen går mod, at folk er senere og senere ude. Og det gør opgaven vanskelig. Omvendt kan man også komme for tidligt i gang. Alt for tidlig markedsføring har ingen effekt, fordi de potentielle deltagere når at miste interessen, og så skal man til det igen.

### Hvad skal man markedsføre?

Normalt er det både kongressens emne, og destinationen, der skal promoveres, men hver enkelt kongresvært må finde ud af, hvad der vækker interessen i målgruppen til den konkrete kongres. Det videnskabelige program er naturligvis en vigtig ingrediens, men et godt socialt og kulturelt program er ofte også afgørende for, om man får mange deltagere til kongressen.

### Homogent udtryk

Markedsføringen foregår normalt på mange fronter og ad flere kanaler. Derfor må man sikre sig en homogenitet i budskabet og det grafiske udtryk, så modtagerne genkender afsenderen. Man kommer rigtigt langt, hvis man vælger et godt tema for kongressen, en ensartet skrifttype og et godt logo, som går igen.

### Værktøjerne

Der er rigtigt mange markedsføringsværktøjer at vælge imellem. De har alle sammen forskellige fordele, ulemper og pris. Vigtigt er det, at man tager en bevidst beslutning om, hvilke man vil bruge.

#### Kongressen kan promoveres på mange måder:

- Hjemmeside
- Plakater
- Postkort
- Via internationale netværk
- Via industrien
- Annoncering i relevante tidsskrifter
- Placering af journalistiske artikler i udvalgte medier
- Spændende ledsagerprogram
- Sociale programmer
- Kulturelle programmer
- Direct marketing
- E-mail nyhedsbrev

Mange vil gerne gennemføre markedsføringen udelukkende med hjemmesider og e-mails fordi det er relativt billigt. Men det er en god ide at kombinere den elektroniske markedsføring med trykte materialer, fordi mange spamfiltre er sat op, så de sorterer e-mail-invitationerne fra. Desuden er en kvalitetstryksag, som er smuk og indholdsmæssigt god ikke en, man sådan bare smider væk. Desuden kan annoncering i fagtidsskrifter skabe opmærksomhed, og gøre at man når ud til nye deltagere.

### **Personlig kontakt er vigtigst**

Udover hjemmesider, e-mails og brochurer, er den personlige kontakt ofte afgørende. Man skal være til stede på andre, lignende møder med en stand og brochurer. Senest på den kongres, som ligger lige før ens egen. Det, det koster at tage til en kongres, er småpenge i forhold til, hvad det koster at komme i kontakt med det samme antal mennesker via brochurer. Personlig kontakt er noget af det, der giver aller mest.

Samtidig er det en god ide at uddanne de danskere, som er med til relevante konferencer og kongresser i årene op til den danske kongres. Man kan kalde dem ambassadører. Udrust dem til, at de på lignende internationale kongresser kan slutte af med et lysbillede med den kommende kongres i København. Ambassadørerne kan udover fagfolk også være folk fra industrien, da det også er vigtigt, at industrien hører om kongressen.

### **Det skal være let at melde sig til**

Det vigtigste er selvfølgelig, at folk registrerer sig til kongressen. Derfor skal dette være så let som overhovedet muligt. Man skal kunne registrere sig til kongressen både via Internettet, fax og brev, og kongresværten er nødt til at acceptere alle gængse kreditkort som betaling. Desuden bør man fastsætte kongresgebyret i Euro, da kroner ser ud af for meget.

### **Hjælp til markedsføringen**

Kongresværter er ofte højt fagligt kompetente mennesker. Men med mindre, man skal afholde en kongres i det internationale markedsføringsforbund, er markedsføring, promotion og PR formentlig ikke det område, man har mest erfaring med. Derfor allierer de fleste kongresværter sig da også med en professionel kongresarrangør, som kan rådgive om planlægningen og markedsføringen af kongressen. Kongresarrangørerne kan også rådgive om, hvor meget man skal afsætte til markedsføring i budgettet, samt hjælpe med at skaffe sponsorer.

#### **Materialer fra Wonderful Copenhagen til markedsføring af kongressen**

- Shell-folders (A3 og A4)
- Postkort
- Brochure: Enjoy life in Copenhagen
- Bannere
- Plakater
- Powerpoint-præsentationer
- Kongresfilm