

# Tjekliste til vellykkede kundeevents med pelargonier

## 1. Definér mål, målgrupper og eventformat

- Fastlæg klare mål, fx at tiltrække flere kunder, nå nye målgrupper eller at øge salget
- Identificér jeres målgruppe(r), fx nye altanejere, unge, gør-det-selv-entusiaster eller eksisterende kunder
- Vælg et passende eventformat. Mulige formater er planteaktiviteter, serviceevents (fx plantestation i butikken), rådgivning, DIY-workshops og temakampagner som fx “insektvenlig altan”
- Planlæg omfanget realistisk – stort event vs. mindre kampagneområde

## 2. Vælg dato strategisk

- Læg eventet i højsæsonen for salg af pelargonier (april–juni)
- Vælg en dato, der passer til målgruppen, bemanningen og det forventede besøgstal
- Weekend: ofte højere besøgstal
- Hverdag: typisk roligere, bedre tid til rådgivning og plantning
- Tag højde for vejr og lokation
- Hav en plan B klar for udendørsarealer
- Overvej overdækkede alternativer
- Tjek for konkurrerende events i området
- Byfester og arrangementer
- Ferieperioder
- Afsæt tilstrækkelig tid til promovring
- Planlæg varigheden realistisk, fx et tre-timers kampagnevindue frem for et heldagsevent

### 3. Planlægning af planter og areal

- Sørg for tilstrækkelige mængder pelargonier og ledsageplanter til kampagneområdet, selve aktiviteten og mersalg. Bestil i god tid
- Planlæg logistik og løbende opfyldning under kampagnen
- Hav supplerende produkter klar som krukker, jord, gødning, m.m.
- Placér kampagneområdet synligt i butikken
- Skab inspiration med udstillinger, fx beplantede altankasser og krukker, temazoner til altanhaver, farveuniverser eller insektvenlig beplantning

### 4. Planlæg bemanning realistisk

- Beregn behovet for bemanning til forberedelse, opbygning og kundedialog
- Planlæg pauser og afløsning
- Sørg for tilstrækkelig faglig rådgivning på stedet, fx om plantning, sortsvalg, placering og pleje. Klæd personalet godt på på forhånd
- Fordel roller tydeligt i teamet, fx rådgivning, kassefunktion og planteservice
- Tag højde for spidsbelastninger
- Hav enkle alternativer klar ved lav bemanning, fx selvbetjent plantestation eller faste rådgivningstidspunkter

### 5. Vælg praktiske og engagerende formater

- Tilbyd planteaktiviteter med rådgivning, fx plantning af altankasser eller krukker, som kunderne medbringer eller køber på stedet, inkl. hjælp til plantesammensætning
- Etablér kampagneområder ved sæsonstart for altan og terrasse
- Planlæg temabaserede aktiviteter, fx:
  - Insektvenlig altan- og krukkebeplantning
  - Farvetemaer til altan og terrasse
  - S sammensætninger med planter, der er nemme at passe

- Integrér bæredygtighed, fx kombinationer med krydderurter eller hjemmelavede insekthoteller
- Tænk i sociale medier – indret fotovenlige områder, fx fotospots og inspirationsopstillinger

## 6. Lancer og promover eventet

- Meld eventet ud i god tid – gerne flere uger før
- Kombinér flere kanaler:
  - Sociale medier
  - Egen hjemmeside
  - Nyhedsbrev
  - Annoncer i lokalpressen
  - Skiltning og plakater i butikken
  - Flyers eller opslag ved kassen
- Til workshops eller plantekampanjer: tilbyd tilmelding (online eller i butik)
- Ved større aktiviteter: orientér eller invitér lokale medier, fx dagblade, lokale magasiner og lokale onlineplatforme
- Send en reminder kort før eventet, fx via sociale medier eller nyhedsbrev

## 7. Dokumentér eventet på dagen

- Tag billeder under eventet, fx fra aktivitetsområdet, planteprocesser og færdige resultater
- Indsaml kundefeedback
- Optag korte videoer, fx af plantetrin, rådgivningssituationer og stemning
- Del indhold på sociale medier samme dag
- Vigtigt:** Indhent samtykke fra personer, der kan genkendes

## 8. Husk opfølgning

- Gem billeder til senere brug, fx på website, sociale medier eller til næste event

- Evaluér deltagerantal og salg
- Genbrug fotos og indhold
- Optimer eventkonceptet til næste sæson

## Hurtigt overblik (til travle situationer)

- Defineret mål
- Dato ligger i pelargoniesæsonen
- Varer og supplerende produkter er på plads
- Bemanding er realistisk planlagt
- Eventet er synligt promoveret
- Er der mulighed for digital tilmelding?
- Opfølgning er planlagt



Finansieret af Den  
Europæiske Union

De synspunkter og holdninger, der kommer til udtryk her, er udelukkende afsenderens/afsenderernes og er ikke udtryk for Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Forvaltningsorgans for Forskning (REA)'s officielle holdning. Hverken Den Europæiske Union eller den tilsluttede myndighed kan holdes ansvarlige herfor.

