

Checklista för lyckade pelargonevent:

1. Sätt mål, målgrupp och format för eventet

- Sätt tydliga mål, exempelvis att locka fler kunder, nå en ny målgrupp eller öka försäljningen
- Identifiera din målgrupp, till exempel nya balkongägare, yngre kunder, DIY-fantaster eller stamkunder
- Välj ett passande upplägg. Det kan till exempel vara planteringsaktiviteter med en planteringsstation i butik, rådgivning, DIY-workshops eller temakampanjer så som "en insektsvänlig balkong"
- Anpassa omfattningen efter förutsättningarna, ett större event eller en mindre kampanjyta

2. Välj datum med omsorg

- Lägg eventet under pelargonens huvudsäsong (april-juni)
- Välj ett datum som passar målgruppen, personalen och förväntat antal besökare
 - Helg: ofta fler besökare
 - Vardag: lugnare tempo, mer tid för rådgivning eller en planteringsstation
- Ta hänsyn till väder och plats
 - Planera ett alternativ till utomhusytorna
 - Se över möjligheter till väderskyddade lösningar
- Kontrollera så att det inte krockar med andra evenemang i området
 - Stadsfester och lokala event
 - Semesterperioder
- Avsätt tillräckligt med tid för marknadsföring
- Anpassa eventets längd efter förutsättningarna, till exempel ett tre timmar långt

kampanjtillfälle istället för ett heldagsevent

3. Planera växter och ytor

- Säkerställ tillräckliga volymer av pelargoner och kompletterande växter för kampanjytan, själva aktiviteten och för ökad försäljning – beställ i god tid
- Planera för logistik och påfyllning under kampanjperioden
- Ha kompletterande produkter redo, så som krukor, jord och gödsel/näring
- Placera kampanjytan på en väl synlig plats i butiken
- Inspirera kunderna med tydliga exponeringar, till exempel:
 - färdiga planteringar i balkonglådor eller krukor
 - temaytor för balkonger och uteplatser
 - genomtänkta färgkombinationer
 - insektvänliga planteringar

4. Planera bemanningen realistiskt

- Beräkna personalbehov för förberedelser, uppbyggnad och rådgivning
- Planera in raster och ersättare
- Säkerställ att det finns tillräcklig kompetens på plats, till exempel kring plantering, val av sort, placering och skötsel. Förbered och utbildna personalen i förväg. Utförlig information om pelargoner finns till exempel på <https://pelargonium-for-europe.com/sv/>
- Fördela ansvarsområden tydligt inom teamet, exempelvis med rådgivning, kassa och planteringsservice
- Ta hänsyn till tider med hög belastning
- Förbered enklare alternativ vid låg bemanning, till exempel en gör-det-själv-station eller fasta tider för rådgivning

5. Välj praktiska eventformat

- Erbjud planteringsaktiviteter med rådgivning, för exempelvis plantering i balkonglådor eller krukor som kunderna tar med sig eller köper på plats, samt hjälp med val av växter

och kombinationer

- Skapa kampanjytor i samband med starten av balkong- och terrasssäsongen
- Planera temabaserade aktiviteter, till exempel:
 - insektvänliga balkonger och krukplanteringar
 - färgkoncept för balkonger och terrasser
 - lättskötta växtkombinationer
- Lyft hållbarhetsteman, till exempel genom att kombinera med örter eller göra egna insektshotell
- Tänk på ytor som fungerar för sociala medier, till exempel fotohörnor eller inspirerande planteringar

6. Marknadsför och kommunicera eventet

- Informera om eventet i god tid, gärna flera veckor i förväg
- Använd flera kanaler i kombination:
 - sociala medier
 - den egna webbplatsen
 - nyhetsbrev
 - annonser i lokalpress
 - skyltning och affischer i butik
 - flyers eller information vid kassan
- Erbjud anmälan vid workshops eller planteringsaktiviteter, online eller i butik
- Vid större satsningar, informera eller bjud in lokalmedia, såsom lokala tidningar, lokalradio eller lokala nyhetssajter
- Skicka ute en påminnelse när eventet närmar sig, till exempel via sociala medier eller nyhetsbrev

7. Dokumentera eventet på plats

- Ta bilder under eventet, till exempel av aktivitetsytan, planteringsmoment och färdiga planteringar
- Samla in feedback från kunder
- Spela in korta filmer, till exempel planteringssteg, rådgivningstillfällen eller stämningsbilder

- Publicera innehåll i sociala medier under eventets gång
- Viktigt:** säkerställ att samtycke finns från personer som syns på bild

8. Följ upp efter eventet

- Spara bilder för framtida användning, till exempel på webbplats, i sociala medier eller inför nästa event
- Utvärdera deltagarantal och försäljningsresultat
- Återanvänd bilder och innehåll i kommande kommunikation
- Utveckla och förbättra upplägget inför nästa säsong

Snabb check (kortversion för intensiva perioder)

- Mål definierat
- Datum lagt under pelargonens huvudsäsong
- Växter och kompletterande produkter på plats
- Bemanning planerad realistiskt
- Eventet tydligt marknadsfört
- Möjlighet till digital anmälan?
- Uppföljning planerad



Finansierat av
Europeiska unionen

De synpunkter och åsikter som uttrycks är endast upphovsmännens [upphovsmännens] och utgör inte Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganets för forskning (REA) officiella ståndpunkt. Varken Europeiska unionen eller den beviljande myndigheten tar något ansvar för dessa

