

## Visionære Horsens spør' eksperterne

**Ved at invitere seks erfarne mødeplanlæggere til at deltage i en fokusgruppe fik Horsens kommune unik indsigt i, hvordan man fanger deres interesse og får møder til kommunen.**

Af Stine Nysten

Mødeplanlægger står der på den ene fane øverst oppe til venstre på forsiden af Visit Horsens' hjemmeside - lige ved siden af ordet Turist.

Og det er helt bevidst.

I Horsens kommune satser man nemlig lige så meget på at tiltrække virksomheder, som feriegæster til byens hoteller, spisesteder og events.

- Tidligere gik alle vores markedsføringskroner til turistdelen, men nu bruger vi halvdelen på at få fat i erhvervslivet, fortæller turistchef Lene Kamilla Hansen.

Og hvorfor så det?

**Flere gæster, tak**

Det hele begyndte, da Lene Kamilla Hansen fik en henvendelse fra det lokale turisterhverv, der gerne ville have lokket flere gæster til at benytte byens mødefaciliteter.

Hun var naturligvis lydhør, for som hun siger:

- Helt overordnet er min opgave jo at sikre størst mulig omsætning og flest mulige gæster til Horsens.

Sammen med Simone Lemming Andersen, der er kvinden bag firmaet Strategisk Kommunikation, analyserede hun sig frem til, at det var mødeplanlæggerne, som ville være interessante at få fat i.

- For vil man have virksomhedernes møder til byen, er det dem, der er den vigtigste spiller. Det nytter ikke at henvende sig til den øverste chef og fortælle ham om Horsens' herligheder, for det er ikke ham, der arrangerer møderne, siger Simone Lemming Andersen.

Så hvad skal der til for at være attraktiv i mødeplanlæggerens øjne?

**Unik fokusgruppe**

For at få svar på det besluttede PR-gruppen i Horsens at hyre Simone Lemming Andersen og gå lidt utraditionelt til værks.

Man fandt frem til seks centrale mødeplanlæggere og inviterede dem til Horsens i forbindelse med den årlige middelalderfestival i august. Her var de ude at opleve, hvad byen har at byde på. Dagen efter deltog de seks mødeplanlæggere, der bl.a. kom fra Microsoft, Danfoss og DONG Energy, i en fokusgruppe. - De er jo eksperterne. De ved, hvad der skal til og kan fortælle, hvilke parametre der er vigtige for dem. Er det hotellets service? Er det oplevelserne i

pauserne? Er det en særlig rådgivning? Eller er det et bestemt online-system? Det var afgørende for vores arbejde at forstå, hvordan mødeplanlæggerne tænker, så vi kan sælge Horsens bedst muligt til dem, forklarer Simone Lemming Andersen.

Hun mener, at hun med fokusgruppen formåede at få et godt arbejds materiale mellem hænderne.

- Jeg tror ikke, man har grebet tingene an sådan her før. Svarene er naturligvis et øjebliksbillede af behovet, men der er nogle ting, som, jeg tror, er helt fundamentale for, hvordan mødeplanlæggere tænker og agerer, siger hun.

**Vil bestemme selv**

En ting stod meget hurtigt klart under fokusgruppemødet: Mødeplanlæggere er professionelle folk, der går op i deres arbejde.

- De sagde lige ud: Det er os, der tager beslutningerne. Vi er bestemt ikke interesseret i at få noget påduftet, fortæller Simone Lemming Andersen og fortsætter:

- Det er dem, der har kompetencen, og de vil selv beslutte, hvor og hvordan mødet arrangeres.

Dem, der har noget at sælge, skal selvfølgelig promovere sig over for mødeplanlæggerne.

- Man skal naturligvis gå et stykke vej i forsøget på at overbevise dem, at - i dette tilfælde Horsens - er sagen for dem, men man skal altså også vide, hvornår man skal stoppe, ellers er ens anstrengelser spildte, siger Simone Lemming Andersen.

Direktionssekretær i DONG Energy Bente Stenfelt var en af dem, der deltog i fokusgruppen.

- Vi vil meget gerne have idéer og input, men vi vil selv planlægge mødet, siger hun.

Hun peger samtidig på, at man skal tænke over, hvordan man kontakter mødeplanlæggerne.

- Jeg vil advare mod at sende mails ud, for vi bliver spammet til. Meget bliver slettet, uden at vi får læst indholdet, og jeg er altså mere villig til at bladre brochurer igennem end mails. Jeg er heller ikke villig med at blive ringet op i tide og utide af ivrige sælgere, siger hun.

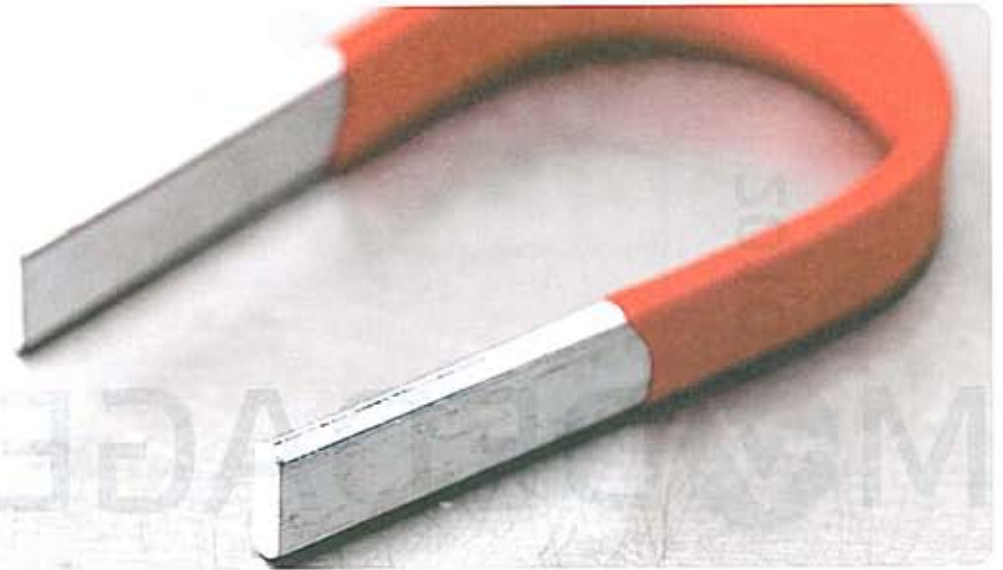
Derfor lød et råd fra fokusgruppen da også, at Horsens skulle få en stand på Mødedagen.

- Vil man møde os, hvor vi er helt klar til input, så er Mødedagen et rigtig godt sted, siger Bente Stenfelt, der synes, det var spændende at være med i fokusgruppen.

- Det var et rigtig godt initiativ. Det har bestemt værdi for mødeplanlæggerne at se Horsens fra en anden side, og jeg vil da helt klart nævne byens tilbud over for mine jyske kollegaer, siger hun.

**Neutral talsmand**

Rådet om at deltage i Mødedagen er allerede blevet fulgt. En Horsens-stand er allerede booket og erhvervspartnerne inviteret til at fortælle messedeltagerne om kommunens mange mødetilbud.



Et andet råd, der er blevet realiseret, er en fælles indgang til kommunen for branchen. En portal, hvor kommunens tilbud nemt kan findes.

- Mødeplanlæggerne anbefalede, at Horsens promoverer sig som en helhed. Man kan opnå en kæmpe synergieffekt i at få et indbyrdes samarbejde stablet på benene. De forskellige spillere bør se hinanden som samarbejdspartnere i at gøre Horsens så attraktiv som muligt frem for at betragte hinanden som konkurrenter, siger Simone Lemming Andersen og fortsætter:

- Samtidig var det et helt klart ønske fra mødeplanlæggerne, at man kan få fat i en neutral person, der kan fortælle om hele paletten, og ikke kun promovere et bestemt hotel eller event. Og de så gerne turistchefen stå for det arbejde.

Også dette ønske har Lene Kamilla Hansen taget til efterretning.

- Hvis det skaber værdi for mødeplanlæggerne, at de kan kontakte mig, og det kan være medvirkende til, at flere møder og konferencer placeres i Horsens, så er det klart et job, jeg vil påtage mig! siger hun og understreger:

- Jeg skal ikke være mødeplanlægger eller sælger for det enkelte hotel. Min opgave er at gøre opmærksom på Horsens og synliggøre de attraktive muligheder, som kunne passe til 'kundens' behov.

**Ordentligt forarbejde**

Det er ingen hemmelighed, at det ikke kun er Horsens, der vil have gavn af flere gæster, så har Lene Kamilla Hansen skaffet hendes kommune et forspring med satsningen på fokusgruppen?

- Vi er i hvert fald blevet klogere, og helt konkret ville vi hverken have deltaget i Mødedagen eller have oprettet en særlig portal for mødeplanlæggere, hvis det ikke var blevet nævnt af fokusgruppen som to væsentlige værktøjer. Vi har virkelig prøvet at lytte til, hvordan vi kunne imødekomme mødeplanlæggerens ønsker og behov, og dette er jo kun begyndelsen, siger hun.

Hun er ikke i tvivl om, at man i Horsens valgte rigtigt.

- Jeg tror, det overordnede budskab er, at vi har forsøgt at skabe os et overblik, FØR vi handlede. Når tingene går ned ad bakke, fristes man til at gøre noget hurtigt, men det har helt klart været en stor fordel, at vi stoppede op og tog tiden til at lave et ordentligt forarbejde. Det har givet os et helt andet - og meget værdifuldt - grundlag at handle ud fra, siger turistchefen.

Horsens' portal for mødeplanlæggere hedder [vimodesihorsens.dk](http://vimodesihorsens.dk)

