

Effektiv evaluering af møder og events

Mange mødeevalueringer er ikke i tilstrækkelig grad fokuseret på hvilke resultater der bliver skabt på mødet, deres fokus er ofte vendt mod tilfredshed med fysiske faciliteter og underholdningselementer. Manglende fokus på resultater og mødets målsætninger er medvirkende til at møder i manges øjne kun er en udgiftspost og ikke et aktivt handlingsparameter.

Igennem vores erfaring og arbejde med evaluering er møder, har det vist sig at der er nogle elementer der altid bør tages højde for, hvis man ønsker at foretage en effektiv og målrettet evaluering. Evalueringen af mødet skal...

- **altid tilpasses efter mødet målsætninger**
- **altid sige noget relevant om mødet indhold**
- **altid være så kort og præcis som muligt**
- **altid levere troværdige resultater**

Mødet målsætninger

Et møde kan have åbenlyse og skjulte målsætninger, en evaluering skal kunne give svar på om alle målsætningerne på mødet blev nået.

Dette kræver at man inden evalueringen påbegyndes ved hvad formålet med mødet har været og spørger ind til det. Det vil sige at en evaluering af et salgsmøde og en event for egne medarbejdere ikke kan evalueres på samme måde, men de skal evalueres efter hvordan de skaber værdi for dem som afholder mødet, enten i form af mere salg, øget kendskab til produkt eller virksomhed.

Skær ind til benet

'Var du tilfreds med forplejningen' 'Var lokalerne gode'. Hvis du som mødeplanlægger ikke selv kan vurdere om faciliteterne var i orden, så spørg – ellers spring over og brug tiden og mødedeltageres fokus på noget som skaber viden og værdi for jeres organisation.

At spørge til folks navne adresse og telefon nummer kan være nødvendigt, ved eksempel åbne arrangementer, men ved arrangementer hvor folk har tilmeldt sig og allerede oplyst det engang, bør mødedeltagerne ikke tvinges til at skrive det en gang tid.

Svarprocenten

Hvor stor skal svarprocenten være før vi har nogle resultater vi har tillid til og som er retvisende.



Der findes ingen tommelfinger regel indenfor dette område, da det kan variere fra møde til møde. En metode til at undgå dette er ved at segmenter eller kategorisere deltagerne i evalueringen. Således at mødedeltagerne bliver delt ind i grupper, uden de selv ved det eller behøver at blive generet af det. Kategorierne kan være tilfældige eller efter titel, branche osv.

Formålet her er at man ud over et samlet resultat også har forskellige grupper at sammenligne. Dermed skabes der troværdighed bag dataerne samtidig med at der åbnes op for nye analyse metoder.

Læring og implementering

Det er de handlinger man gør efter et møde, på baggrund af det man lærte på mødet som skaber værdi.

Derfor bør evaluering altid være fokuseret på hvad deltagerne har lært, taget med sig fra mødet og hvad de vil gøre fremadrettet.

Evaluering på tilfredshed og underhold er nødvendig, men ikke det som kan sige hvorvidt et møde har været en succes eller ej. Til det kan man vide hvilken værdi mødet skabte.