

UF – uppdrag för Live!

Live! på Älmhults handelsplats, april 2021

Live!



Bakgrund

Live! en multifunktionell byggnad för framtidens evenemang. Vi är en modern anläggning för möten och evenemang inomhus och utomhus. Flexibilitet och logistik är nyckelord för oss, vilket innebär att vi kan hantera en mängd olika typer av möten och evenemang, fysiska som digitala samt de mindre till de riktigt stora.

Live! är en del av Ingka Centres (IKEA) omfattande satsningen i området och omvandlingen från handelsplats till Briefaktivitets- och innovationscenter

Live!

Brief om uppdraget





Bakgrund

Kort om uppdraget

Vad

Skapa ett kreativt och innovativt/nyttänkande digitalt eller fysiskt evenemang som äger rum eller filmas på eventanläggningen Live!

Kom med en idé att utveckla konceptet utifrån som får målgruppen ni väljer att göra evenemanget för – ska känna en viss känsla, exempelvis GLÄDJE!

Format

Ett event som är digitalt eller fysiskt.

Möjligheter

- Digital studio
- Sittande publik
- Dansgolv
- Scen
- Rymmer 2500 st personer

Live!



Syfte och mål

Mer om uppdraget

Vad

Vi arbetar med att skapa nya, kreativa, enkla och innovativa evenemang som ingen gjort förut. Varför? Vi vill sätta Älmhult på kartan och driva besökare till handelsområdet och Live! – från närområdet och långdistans.

Tänk! Vad för evenemang kan vi göra här för att driva tusentals människor hit eller som vill sitta hemma och njuta av vår livesändning en helkväll i TV-soffan?

Har du en idé om ett evenemang du skulle vilja gå på eller titta på men som kanske inte finns idag?

Syfte

- Bidra med glädje och underhållning
- Driva besökare till området och Live! från närområdet och långdistans.

Mål

Fysiskt event:

Mål – Slutsålda biljetter

Delmål – Sålgt 80% av biljettutbudet

Digitala event:

Mål – nå 1000 tittare

Delmål – nå 500 tittare

Live!



Huvudkonkurrenter

Vilka är våra konkurrenter? Vad har gjorts tidigare?

Tips!

Kika på vilka våra huvudkonkurrenter är, exempelvis Globen, Malmö Arena eller Kristianstad Arena. Vad för evenemang har dem genomfört tidigare eller planerar att genomföra? Vi kan inte göra likadant event men kan vi göra ett liknande som gjorts tidigare eller som ska göras, kanske med en twist?

Tankeställning: Vad är det unika i vårt event?



Målgrupp, känsla & tonalitet

Vem är målgruppen? Vilken känsla ska förmedlas? Hur ska evenetet kännas?

Målgrupp

Vem är målgruppen för evenemanget? Ni väljer själva målgruppen – ett tips är att välja en snäv målgrupp som är så lik er målgrupp som möjligt när det kommer till ålder, intresse och ort m.m. Det blir då enklare att skapa ett evenemang utifrån vad ni själva tycker är intressant att gå eller titta på.

Var er egen målgrupp!

Känsla

Vilken känsla ska förmedlas på eventet och hur ska målgruppen känna efteråt? Kanske "jag måste verkligen gå på en föreställning till"

Ställ frågan efteråt, vad känner du just nu? Så vill vi att besökarna också ska känna.

Tone of voice - tonalitet

Hur ska eventet kännas genomgående? Vad är innovation? Hur kan vi tänka i innovation i det vi gör? Jobbar ni med kreativitet? Vilken typ av färg, inredning, material, dekor, mat, servering, kan ni utmana?

Vilken stämning ska sättas på evenemanget?

Live!



Budget, tid & plats

Vad är budgeten och vad ska ingå i den? När och var?

Budget

Vår budget ligger på 100 000 för ett evenemang. I den ska det ingå personalkostnader, material, oförutsedda kostnader (undanlagda pengar för oväntade inköp eller kostnader), eventuellt artist och/eller mat & dryck samt marknadsföring.

Tid & plats

Tiden och platsen är valfritt.

Live!



Kommunikation & marknadsföring

På våra digitala kanaler och under eventets genomförande

Digitala kanaler

Hur ska eventet marknadsföras på våra digitala kanaler, som Facebook, Instagram, tidningen och hemsidan.

Kan kommunikationen integreras med övrig kommunikation, exempelvis med Älmhults handelsplats?

Ska det finnas information om andra och framtida evenemang under evenemanget?

Live!



Övriga önskemål

från Live!

Hållbarhet

Vi arbetar hållbart vilket innebär att vi köper material som går att återanvända till framtida event. Det ska vara så hållbart och bra för miljön i den mån det går och engångsplats är inget vi använder oss av, om inte, det är gjort av återvunnet material



Utvärdering

Vad ska vi göra efter eventet har genomförts?

Utvärdering

För oss är det av vikt att veta hur besökarens upplevelse var under evenemanget så vi till andra gånger vet vad som eventuellt behöver förbättras.

Genom en utvärdering får vi reda på ifall deltagarna var nöjda, ska vi skicka ut en digital utvärdering? På större event, ska vi ha ett team som går rundor på eventet och pratar med deltagarna för att få feedback? Eller chattar med dem under en livesändning?

Ibland behövs tid för reflektion, så när vi skickar en utvärdering efteråt vill vi att de ska kunna känna känslan som de kände under eventet. Ge en morot, exempelvis i samband med en utvärdering, skicka bilder från eventet för att visa.



Lycka till!