

Lektionsplanering: Evenemangsmarknadsföring och mässor

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Marknadsföring och försäljning

Tema: Evenemangsmarknadsföring och mässor

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska behandla hur företag kan använda evenemang och mässor som marknadsföringsverktyg för att nå ut till sina kunder, bygga relationer och öka försäljningen. Detta inkluderar planering, genomförande och utvärdering av evenemang.

Kunskapskrav

Eleven kan beskriva och förklara betydelsen av evenemangsmarknadsföring och hur mässor används inom branschen. Dessutom kan eleven planera ett enkelt evenemang och reflektera över hur det kan påverka företagets marknadsföring.

Lärarledda instruktioner

Introduktion till evenemangsmarknadsföring (10 min)

- Diskutera vad evenemangsmarknadsföring är och dess syfte.
- Presentera skillnaderna mellan olika typer av evenemang (ex. produktlanseringar, mässor, konferenser).
- Gå igenom faktorer som påverkar planeringen av ett event.

Genomgång av mässor som marknadsföringsverktyg (15 min)

- Förklara vad en mässa är och hur företag använder dessa plattformar för att nå ut till kunder.
- Diskutera fördelarna med att delta i mässor, såsom att få direkt feedback, bygga nätverk och öka synligheten.
- Presentera exempel på framgångsrika mässutställningar och strategier.

Praktisk övning: Planering av ett evenemang (15 min)

- Dela in eleverna i grupper och ge varje grupp uppgiften att planera ett enkelt evenemang för en produkt eller tjänst.
- Varje grupp ska bestämma mål, syfte, plats, budget och vilka aktörer som ska involveras.
- Grupperna presenterar sina evenemang för klassen.

Sammanfattning och reflektion (10 min)

- Sammanfatta de centrala punkterna kring evenemangsmarknadsföring och mässor.
- Diskutera hur evenemangsmarknadsföring kan komplettera andra marknadsföringsinsatser.
- Svara på eventuella frågor och uppmuntra till diskussion kring olika sätt att marknadsföra produkter via evenemang.

Aktivitet

Eleverna ska skapa en detaljerad plan för ett fiktivt evenemang, inklusive syfte, målgrupp, plats, budget och marknadsföringsstrategi. Användaren kan skriva "Aktivitet" så tar jag fram en fullständig aktivitetsbeskrivning.

Exit-ticket

- Vad lärde du dig om evenemangsmarknadsföring idag? **Svar:** Svara utifrån egen reflektion.
- Nämn en fördel med att delta i mässor. **Svar:** Möjlighet att träffa kunder direkt och byggarelationer.
- Vad är en viktig faktor att tänka på när man planerar ett evenemang? **Svar:** Budget, plats, syfte eller målgrupp.
- Hur kan evenemangsmarknadsföring komplettera andra marknadsföringsstrategier?