

Eventstrategi 2026

Så vinner du kampen om deltagarnas tid

Innehållsförteckning

Tekniken förändras men människan är densamma	003
Vinn respekt i ledningsgruppen	004
Respektera tiden	005
Våga välja bort och bli mer relevant	006
Det mänskliga mötet väger alltid tyngst	007
Strategiskt nätverkande	008
Den osynliga kraften	009
Data är din bästa vän (om du använder den rätt)	010
Hållbarhet som affärsstrategi	011
Mät det som räknas	012
Är ditt event redo för 2026?	013

Tekniken förändras men människan är densamma

Utveckling och trender. Vi hör orden hela tiden, men vad betyder de egentligen?

Just nu pratas det enormt mycket om AI. Det är svårt att undvika. Och kanske har du känt igen dig i frågorna:

*Är det här bra eller dåligt för mig?
Hur kommer det påverka mitt arbete – eller min roll?
Kommer vissa jobb försvinna?
Är AI något som ska ta över allt?*

Frågorna är både naturliga och viktiga. Förändring skapar alltid lite oro då man inte kan se in i framtiden. Men denna utveckling har vi sett många gånger tidigare i historien.

Ångmaskinen, bilen, flygmaskinen, datorn och internet är exempel på nyheter som förändrat "världen" men som snabbt blivit ett naturligt inslag i allas vardag.

I min värld är AI bara ytterligare en del av utvecklingen som vi ska förhålla oss till på bästa möjliga sätt, men samtidigt utnyttja där den ger mest effekt. På Trippus har vi analyserat vad våra kunder lägger mest tid på och sedan skapat vår AI-agent utifrån det. Resultatet? En tidsbesparing på 20-40 gånger för att skapa ett komplett event i plattformen. Tid som du kan använda för att skapa mänskliga kontakter istället för att sköta administration.

För oss inom eventindustrin så påverkar ju AI även vår vardag men här vi ser vi en mängd saker som är väldigt intressant.

När det mesta blir alltmer digitaliserat så blir det mänskliga mötet allt viktigare.

Människor gör affärer med människor och du bygger inte förtroende på ett effektivt 15 minuters Teams-möte eller andra digitala möten. Förtroende bygger man när man träffas på riktigt, ser varandra i ögonen och märker om man delar samma värderingar.

När det mesta annat blir likformigt så gör människorna den stora skillnaden mellan potentiella, kunder, partners och leverantörer.

Förtroende byggs över tid med människor du upplever.

Den här guiden handlar om hur du använder de nya verktygen för att hinna med det som räknas. Att träffa dina kunder öga mot öga.

Mats Nyberg
VD, Trippus



Vinn respekt i ledningsgruppen

Från "fixare" till affärsstrateg

Många Event Managers ses fortfarande som spindeln i nätet som fixar logistiken. Det är dags att ändra på det. För att ta plats i ledningsgruppen och få den status ditt arbete förtjänar behöver du prata deras språk: ROI (Return on Investment).

Sluta prata logistik, börja prata tillväxt

Ett bra eventsystem ska inte bara skriva ut namnskyltar – det ska ge dig den ammunition du behöver för att bevisa värdet av dina event. När du går från att planera menyer till att planera marknadsandelar, då blir du en strateg på riktigt.

Bevisa värdet

När du kan visa exakt hur mötena driver affären framåt, går du från att vara en kostnadspost till att vara en oumbärlig del av bolagets tillväxtresa.



Respektera tiden

Tid är hårdvaluta. Vi har alla 24 timmar om dygnet och det går inte att köpa sig mer. Deltagaren väljer ditt event framför en yogaklass, föräldramötet eller hockeymatchen på TV. Då måste du leverera något som är värt den uppoffringen.

90-minutersprincipen

Gå från heldag till high intensity. Vi ser en tydlig trend där folk vill ha kortare event. Att få någon att prioritera en hel dag 2026 är otroligt utmanande. Kan du trycka ihop ditt budskap till 90 minuter med tre experter så ska du göra det.

Frukostmötet är bäst

Det är vår absoluta favorit. Mellan klockan åtta och tio på morgonen kan de flesta avvara tid utan att hela arbetsdagen havererar.

Tydlighet är respekt

Ett event måste ha en stenhård starttid och en lika tydlig sluttid. Om du inte respekterar deltagarnas tid kommer de inte att respektera din inbjudan. Det är som vilket förhållande som helst.



Våga välja bort och bli mer relevant

Många gör felet att de vill locka alla. Men gör du ett event för alla så blir det som det klassiska svenska lagom. Det saknar spets och attraktionskraft. Att istället vara relevant är att visa respekt för deltagarens tid och uppmärksamhet.

Locka rätt personer

Gör inte ett event för hela IT-branschen. Gör ett specifikt för marknadschefer i SaaS-bolag. Det lockar färre personer, men det lockar rätt personer. Om du inte har något viktigt att säga till just den här målgruppen är det bättre att vara tyst.

Skapa mervärde genom relevans

När en marknadschef ser att innehållet är skräddarsytt för dem och att tio andra marknadschefer i samma bransch ska dit – då blir eventet prioriterat och inte bara ytterligare ett mejl i mängden.

Interaktion och dialog

Ju smalare målgrupp, desto bättre diskussioner. Låt deltagarna påverka innehållet genom frågor eller intresseförfrågningar i förväg. Människan vill bli sedd och hörd, inte bara matas med information. Gissa inte vad de vill ha utan använd data för att vara säker.



Det mänskliga mötet väger alltid tyngst

När AI kan skriva dina mejl och sköta din kundtjänst blir det äkta mänskliga mötet en stor konkurrensfördel. Under 2026 vill vi inte träffa polerade företagsprofiler, vi vill träffa människor.

Bjud på dig själv

Våga vara mer än din yrkesroll. När du delar med dig av egna erfarenheter, framgångar och misstag skapar du en kontakt som ingen algoritm i världen kan kopiera.

Släpp manus och lyssna

De bästa mötena sker ofta i pauserna eller under de öppna diskussionerna. Se till att ditt event ger utrymme för det oväntade. Det är när vi sänker garden och pratar på riktigt som vi märker om vi delar samma värderingar. Det är också där långsiktiga affärer och kundrelationer kan ta sin början.

Tekniken ska frigöra tid, inte ersätta den

Använd automation och smarta verktyg för att sköta logistiken, så att du kan lägga din energi på deltagarna. Målet med all teknik är i slutändan att du ska få mer tid till att träffa kunden på riktigt.



Strategiskt nätverkande

I nätverkandet har vi vår största utvecklingspotential. För att tala klarspråk: vi är generellt sett ganska dåliga på det här idag. Vi ställer fram lite ramlösa och hoppas att folk ska mingla. Nu är det dags att sluta hoppas och börja matcha ihop folk.

Nätverkandet är viktigare än talaren

Folk kommer för att träffa varandra. Du som anordnar eventet måste skapa förutsättningar för deltagarna att lyckas.

Styrda möten

Ibland måste man faktiskt tvinga folk att nätverka. Säg åt dem: "Du vid bord ett ska träffa gruppen vid bord fem".

Verktyg för matchmaking

Använd digitala hjälpmedel där deltagarna kan se vilka som kommer och boka möten redan innan de kliver in i lokalen.



Den osynliga kraften

Kundnyttan med ny teknik är inte att säga att man använder AI. Nyttan uppstår först när du faktiskt frigör tid och får bort det administrativa jobbet. Ingen blev eventplanerare för att sitta med excel-listor och manuell hantering av anmälningar.

Tekniken ska vara osynlig

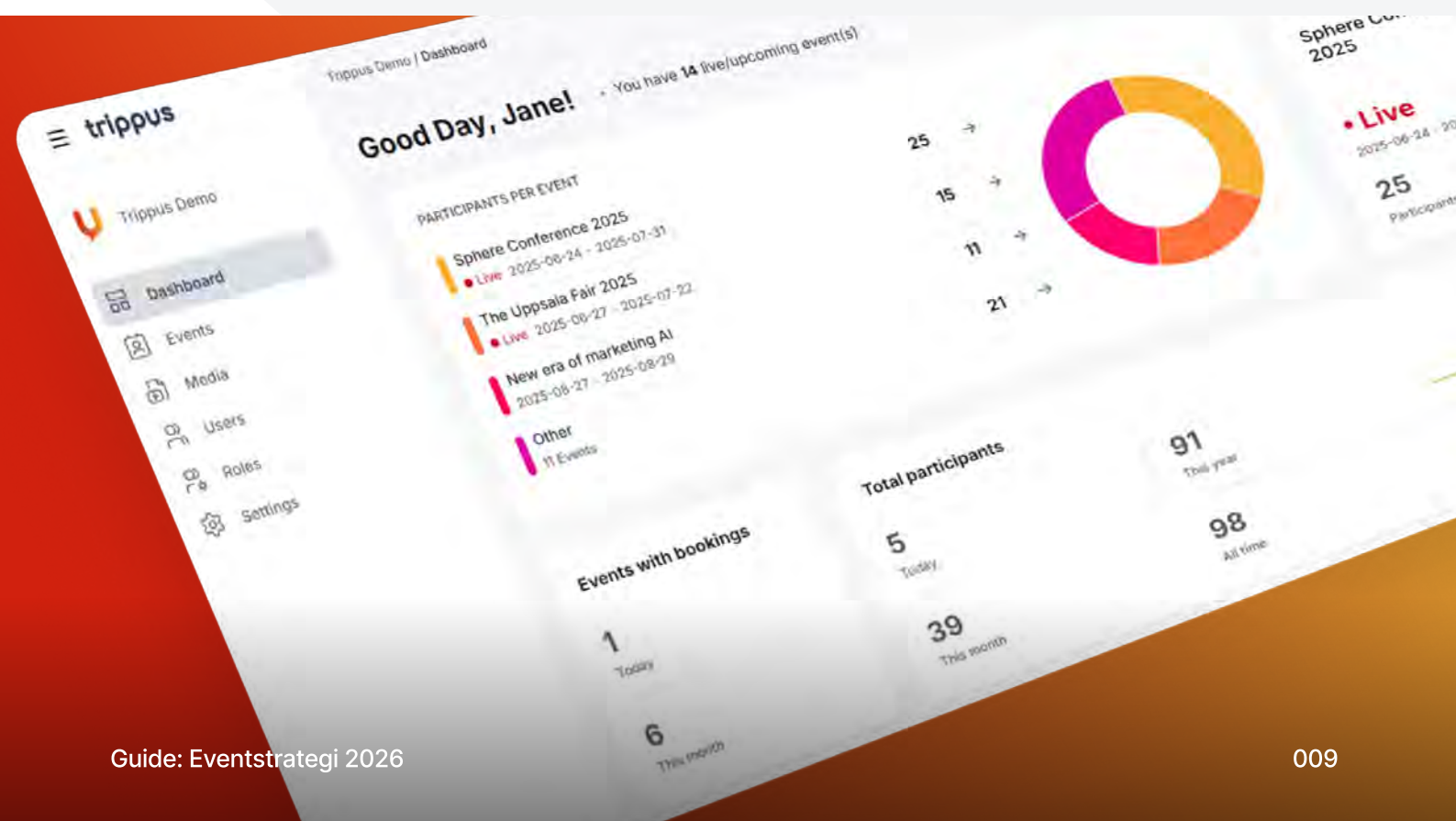
Ett strategiskt verktyg ska kännas som en extra kollega som aldrig sover. Den ska sköta registreringar, bygga eventsidor och hantera bekräftelser helt automatiskt. Om du spenderar mer tid i systemet än med dina deltagare, har du fel verktyg.

Sänk trösklarna för kreativitet

Krånglig teknik är ett hinder för att våga prova nya saker. Det ska gå snabbt att sätta upp ett event som ser proffsigt ut. Genom att ta bort de tekniska trösklarna får du tillbaka det andningshål du behöver för att faktiskt hinna vara kreativ.

Frigör tid för det mänskliga mötet

Målet med att automatisera är att du ska kunna lägga energi på att träffa och prata med folk på riktigt. Det är där affärerna görs, inte i ett kalkylark.



Data är din bästa vän (om du använder den rätt)

Vi samlar mer information om våra deltagare än någonsin tidigare. Men data har inget värde om den bara blir liggande i ett kalkylark. För att datan ska bli värdefull måste du omvandla den till insikter som hjälper dig att fatta bättre beslut och bygga starkare relationer.

Förstå kunden bättre

Genom att samla rätt data kan du sluta gissa. När du ser vilka ämnen deltagarna prioriterar, om de svarat på en enkät, laddat ner en PDF eller ställt frågor om ROI, kan du leverera det de vill ha med större träffsäkerhet.

Låt inte informationen kallna

Låt inte värdefull information stanna i ett kalkylark. Se till att du gör något med det du vet. Det är då tekniken banar väg för nästa personliga möte och en affärsmöjlighet.

Bygg djupare förtroende

Sluta stirra dig blind på antalet deltagare. Titta på engagemanget och kvaliteten i interaktionen. När du använder data för att förstå människan bakom siffrorna bygger du ett starkare förtroende. Det är det förtroendet som krävs för att göra affärer.



Hållbarhet som affärsstrategi

Hållbarhet har blivit en kärnfråga för att bygga starka varumärken. Vi ser en tydlig förflyttning bort från massutskick och resursslöseri. Nu prioriteras utvalda målgrupper och ett innehåll som skapar verkligt värde.



Kvalitet framför kvantitet

Våga välja bort "slit och släng". Satsa på digitala alternativ och lösningar som går att återanvända. När du höjer kvaliteten på de fysiska material du använder, signalerar du att du menar allvar med din satsning.



Ärlighet bygger trovärdighet

Använd systemet för att få koll på de faktiska siffrorna kring mat och resor. Deltagarna uppskattar transparens och vill veta att ni har kontroll på hela kedjan. Att våga dela med sig av både framsteg och utmaningar bygger en trovärdighet som är guld värd för varumärket.



Social hållbarhet och inkludering

Hållbarhet omfattar även människorna. Eventet måste vara tillgängligt för alla och kulturen ska spegla de värderingar företaget står för. Om du inte har tänkt på inkludering från start, skickar du en signal om att alla inte är lika viktiga.

Mät det som räknas

Ett event utan mätbarhet är bara en kostnad. När du börjar mäta effekten förvandlas dina event till din mest effektiva säljkanal. De mest framgångsrika företagen har slutat se sina event som en isolerad marknadsföringsinsats och ser istället dem som en motor för försäljning.

Var välinformerad och redo

Integrera ditt eventsystem med ditt CRM för att ge säljteamet realtidsinformation om vad kunderna är intresserade av. När säljaren ringer dagen efter och vet vilka frågor kunden ställde under föreläsningen, då blir samtalet relevant på riktigt.

Fokusera på rätt nyckeltal

Titta på hur många av deltagarna som tillhör din målgrupp och hur många som rörde sig framåt i köpprocessen tack vare eventet. Ett litet event med hög konvertering är alltid mer värt än en fullsatt salong utan uppföljning.

Affären börjar efter slutsignalen

När sista gästen gått hem börjar det riktiga jobbet. Nu kan ni använda datan för att snabbt följa upp och vårda relationen. Det förvandlar ett trevligt möte till en affärsmöjlighet.



Är ditt event redo för 2026?

Följer du dessa råd så lovar vi att dina event kommer bli mer attraktiva än konkurrenternas.

Tid: Har ni ett kompakt program med en fast sluttid?

☐

Affärsnytta: Kan ni visa på hur eventet kommer driva tillväxt?

☐

Relevans: Är ämnet så spetsigt att rätt personer känner sig träffade personligen?

☐

Nätverk: Har ni en plan för hur ni hjälper folk att mötas genom matchmaking?

☐

Möten: Finns det utrymme för spontana samtal mellan deltagare?

☐

Vill du höja din attraktionskraft?

Vi på Trippus hjälper dig gärna att sätta tekniken i arbete så att du kan fokusera på det som faktiskt betyder något: mötet mellan människor.

Boka en demo med oss



trippus

trippus.com