

RÄKNA UT ROI FÖR MÄSSDELTAGANDET

Att sätta mål är grunden för hela mässhdeltagandet. För att du ska kunna utvärdera målen måste de vara mätbara och tidsbegränsade. Så här kan du göra en mål- och utvärderingskalkyl. Fyll i dina siffror i de ljusblå fälten och ditt ROI visas med röda siffror ängst ner på sidan

MÅL- OCH UTFÄRDERINGSKALKYL

Mål	Beräknat värde	Utfall mål	Utfall värde
Kontakt/säljmål (kontakter, leads, direktförsäljning, försäljning efter mässan...)			
Ex. Möta 50 nya inköpsansvariga	500 000	55 kontakter	550 000
Aktivetsmål (utbildning, pressbearbetning, marknadsundersökning...)			
Ex. Utbilda 300 användare i vår nya mjukvara.	90 000	350 användare utbildades	105 000
Kommunikationsmål (ökad kännedom, förbättra imagen, stärka varumärket...)			
Ex. En tredjedel (dvs 5 000 personer) av besökarna ska ha uppfattat vårt nya budskap.	200 000	4 500 personer uppfattade vårt budskap.	180 000
Andra resultat (oväntade resultat av mötet på mässan)			
	0	Ex. Vi fick en helsida i Dagens Industri om vår nya tjänst.	250 000
	SEK 790 000		SEK 1 085 000

KOSTNADSBERÄKNING OCH UTFALL

Kostnadsställen	Beräknade kostnader	Utfall kostnader
Hårdvara (monterhyra, monterbygge, internet, transport, hotell, etc.)		
Ex. Kostnad hårdvaran.	300 000	290 000
Mjukvara (inbjudan, aktiviteter i montern, utbildning av personal, etc.)		
Ex. Kostnad mjukvaran.	100 000	100 000
	SEK 400 000	SEK 390 000

RETURN ON INVESTMENT

	Beräkning	Formel
ROI	2,8	Utfall värde / Utfall kostnader