

Aktiviteter	Output	Effekter
Vækstpartnerskaber Tiltrækning og udvikling af vidensevents - Udvikling og afprøvning af nye metoder og koncepter for vidensevents i Herning - Identificere potentielle samarbejdspartnere inden for styrkepositionerne, herunder muligheder i relation til DNV Gødstrup samt NIDO Danmark. Udvikling af tilbagevendende messer og events Konceptualisering af nye metoder og formater (EOT, IFC World Congress, laboratorie- og IT-delmesse og Agromania) - Styrke vidensdeling og samarbejder - Udvikle iværksættelsevents indenfor de regionale styrkepositioner - International markedsføring og positionering - Tiltrække nye udstillere og besøgende - Styrke messernes konkurrenceevne Outreach og business events Tiltrækning af internationale business events - Opsøgende salgsarbejde i samarbejde med partnere - Marketingaktivitet målrettet 2 udvalgte segmenter - Systematisering af den interne organisering ift. salgs-back up (opfølgning på leads m.m.) Destinationsudvikling og branding - Data- og vidensindsamling - Outreach-aktiviteter på udvalgte business events - Udarbejdelse af PR-strategi i samarbejde med relevante partnere - Konceptualisering af konkrete PR-indsatser for de kommende 2 år - Udvikling af nye service- og produktsamarbejder med partnere Dataindsamling og vidensudvikling Digitalisering af gæsteoplevelsen - Research af metodikker og erfaringer nationalt/internationalt - Kortlægning af serviceoplevelsen - Kortlægning og analyse af adfærds- og effektsammenhænge - Digital kundeservicestrategi - Modernisering af brugerflader - Forbedring af sammenhænge mellem systemer	Vækstpartnerskaber - Der er udviklet en model for samarbejde om udvikling og afholdelse af vidensevents med udgangspunkt i DNV Gødstrup. - Der er udviklet 3 koncepter på konkrete vidensevents - Afprøvning og evaluering af mindst 2 koncepter Udvikling af tilbagevendende messer og events - Styrke de udvalgte messers profil både i Danmark og i udlandet (Formland, EOT, hi, Agromek, Foodtech og Foodexpo) - Messerne er styrket som platform for at: - o Skabe øget national og international synlighed for de regionale erhvervsstyrkepositioner - o Bygge bro mellem viden og virksomheder - o Formidle nye tendenser, teknologi og innovation til virksomheder - o Skabe nye netværk og samarbejder - o Øge fokus på innovation, iværksætteri og startups - o Tiltrækning af talent og arbejdskraft Outreach og business events - Der er gennemført salgsarbejde på 4 internationale business events som fx messer - Der er gennemført organisatorisk systematisering af opfølgning på indsamlede leads - Der er gennemført outreach-aktiviteter på 6 business events - PR-strategi for destinationen - Der er gennemført PR-aktiviteter på 5 nærmarkeder Dataindsamling og vidensudvikling - 1 digital kundeservicestrategi - Implementering af mindst en konkret digital løsning, som forbedrer kundeoplevelsen - Der er afholdt 6 møder i projektperioden i ”Udviklingsforum for effekt og digitalisering”	- Øget samarbejde og udviklingsfællesskab ift., regionale styrkepositioner inden for forskning og erhverv (vurderet på baggrund af tilfredshed blandt partnere, måles via spørgeskema og evaluering) - Vækst i erhvervsmæssige styrkepositioner med 57,2 mio. kr. Måles ved en stigning i antal udstillere på 5 %, svarende til 108 nye udstillere, som kommer på baggrund af aktiviteter gennemført i projektet. I en ny analyse som er ved at blive gennemført af Rambøll vurderer udstillere på to messer selv, at de får et udbytte på gennemsnitligt 530.000 kr. af deres messedeltagelse. Resultatet er foreløbigt og analysen udvides til at omfatte øvrige messer de kommende måneder. Med 108 nye udstillere forventes der skabt en vækst i virksomhedernes udbytte i regionale erhvervsmæssige styrkepositioner svarende til 57,2 mio. kr. - Stigning i bl.a. turismeforbrug på 19,8 mio. kr. I en ny analyse vurderer udstillerne selv, at de i gennemsnit hver anvender 183.500 kr. på varer, transport, overnatning, forplejning, annoncering, stand-omkostninger og standleje i forbindelse med deres deltagelse på fagmessen. Med 108 nye udstillere, svarer dette til en stigning på 19,8 mio. kr. - Stigning på 10 % i antallet af besøgende i perioden 2018-2020 på FoodExpo - Stigning på 10 % i antallet af internationale besøgende i perioden 2018-2020 på EOT, FoodTech, hi, Formland og Agromek - Høj tilfredshed blandt udstillerne med messen som platform for at skabe synlighed og vækst (minimum 3,7 målt på en score fra 1-5) - Høj tilfredshedsgrad blandt besøgende på messer (minimum 4,0 målt på en score fra 1-5) - Mere international konkurrencedygtig business destination målt på, at min. 75 % af erhvervsturismegæsterne vurderer, at Herning er en attraktiv destination (destinationsanalyse) - Brugerundersøgelse viser, at min. 75% af respondenterne er tilfredse/meget tilfredse med destinationens online service - Øget synlighed af erhvervsturismens rolle som kommerciel infrastruktur for andre brancher