

Metodenotat

Målemetoder, december 2017



UDARBEJDET AF:
Klaus Rovsing Kristiansen
Head of Analysis

DATO:
06-12-2017



Indhold

1.	Introduktion til målemetoder.....	3
2.	Måling på de enkelte områder.....	5
2.1	Tiltrækning af udenlandsk kapital, talent og virksomheder	5
2.1.1	<i>Investment Promotion</i>	5
2.1.2	<i>Tiltrækning og fastholdelse af international talent</i>	6
2.1.3	<i>Kapitaltiltrækning</i>	8
2.2	Regional erhvervsudvikling	8
2.2.1	<i>Copenhagen Healthtech Cluster</i>	8
2.2.2	<i>Sourcing China</i>	10
2.2.3	<i>Pulje til kickstart af nye projekter</i>	10
2.3	Markedsføringsplatforme – Greater Copenhagen	10
2.3.1	<i>Overordnede mål med Greater Copenhagen-aktiviteterne</i>	10
2.3.2	<i>Greater Copenhagen-brandet</i>	11
2.3.3	<i>Modtageapparat "One-point-entry"</i>	12
2.3.4	<i>Investorportal og MIPIM</i>	13



1. Introduktion til målemetoder

For Copenhagen Capacity er det afgørende at kunne dokumentere, at de aktiviteter som organisationen står for, fører til konkrete resultater og har positive samfundsøkonomiske effekter. Copenhagen Capacitys overordnede mål er at øge den regionale vækst og jobskabelse. Det er generelt derfor også disse langsigtede effekter, som vi prøver at skabe og dokumentere. Således arbejder Copenhagen Capacity ud fra nogle principper for evaluering og dokumentation, der er i tråd med principperne for EU-programmer, som også Region Hovedstaden anvender.

I arbejdet med at dokumentere udbyttet af Copenhagen Capacitys indsatser skelnes mellem tre niveauer:

- Aktivitetsmål
- Resultatmål
- Effektmål

Hvor det er muligt, vil vi arbejde med effektmål. I nogle tilfælde er kun resultatmål mulige og i sjældne tilfælde kan aktivitetsmål være eneste mulighed.

Endvidere arbejder vi med følgende principper, hvor vi som udgangspunkt skal kunne dokumentere:

- 1) At Copenhagen Capacity har gjort en forskel gennem den konkrete indsats.
- 2) At kunderne er tilfredse med Copenhagen Capacitys ydelser.
- 3) At den aktør (fx en virksomhed), som Copenhagen Capacitys ydelser har hjulpet, selv bekræfter Copenhagen Capacitys rolle og resultater/effekter.

Endvidere kan Copenhagen Capacity i nogle tilfælde beregne afledte effekter af de direkte resultater og effekter.

Copenhagen Capacity har fem overordnede mål. Endvidere er der på en række aktivitetsområder mere detaljerede målsætninger.

1. Markant Vækst:

- a. Etablering og fastholdelse af 5.000 jobs¹ (registreret på etableringer, fastholdelser og udvidelser), fordelt på
 - b. 130 virksomheder, heraf
 - c. 40 videntunge virksomheder.
- ⇒ *Se beskrivelse i afsnit 2.1.*

¹ Forudsætter en jobskabelse indenfor talenttiltrækning på min. 550 jobs i perioden. Det samlede mål for perioden 2015-18 opjusteres fra 4.000 til 5.000 jobs som følge af den positive resultatskabelse i de første år af kontraktperioden og succesen med at tiltrække yderligere midler til indsatsen.

2. **Professionelt serviceniveau:** 90% af Copenhagen Capacitys kunder er tilfredse eller meget tilfredse med vores services og leverancer. Dette mål gælder for Copenhagen Capacitys tiltrækningsprogrammer, når de er gået i drift.
⇒ *Se beskrivelse i afsnit 2.1.*
3. **Bedst i Norden:** Vores produktivitet inden for vores tiltrækningsprogrammer (virksomheder, talent og kapital) er højest i Norden.
⇒ *Se beskrivelse i afsnit 2.1.*
4. **International synlighed:** 100 omtaler af Copenhagen regionen i internationale medier.
⇒ *Se beskrivelse i afsnit 2.3.*
5. **Central samarbejdspartner for hele Greater Copenhagen:** Min. 75% af kommunerne i Region Hovedstaden og Region Sjælland deltager i 2017 inden for et eller flere af Greater Copenhagen-programmerne.
⇒ *Se beskrivelse i afsnit 2.3.*

For enkelte udviklingsprojekter, er der på nuværende tidspunkt ikke opstillet mål og derfor heller ikke metode for måling. Metodenotatet vil løbende blive opdateret, når nye mål og målemetoder identificeres og aftales.



2. Måling på de enkelte områder

I det følgende gennemgås målemetoderne for de enkelte indsatsområder i Copenhagen Capacity's resultatkontrakt for perioden 2015-2018. Hvor målemetoderne allerede er udviklet, beskrives disse kort. I de tilfælde, hvor målemetoderne først vil blive udviklet når indsatsen er udviklet, indikeres dette under hvert punkt. Strukturen i den efterfølgende gennemgang følger strukturen i bilag 1, der beskriver de enkelte indsatsområder og konkrete målsætninger.

2.1 Tiltrækning af udenlandsk kapital, talent og virksomheder

2.1.1 Investment Promotion

Inden for Investment Promotion er målemetoderne ganske veludviklede.

For investeringsager opgøres jobskabelse og antal af sager. Den enkelte sag evalueres af et eksternt revisionselskab. Ud fra et fast spørgeskema interviewer de den virksomhed, som vi har hjulpet med at træffe en beslutning om at investere her. Evalueringen af en investeringsager igangsættes, når virksomheden har truffet en beslutning og har oprettet et nyt CVR-nummer (når det er påkrævet). I interviewet spørges til virksomhedens forventede jobskabelse over de kommende tre år. Endvidere spørges til kundetilfredshed, den oplevede værdi og hvilken forskel Copenhagen Capacity har gjort ift. investeringsbeslutningen. Vi medtager ikke en investeringsager i resultatopgørelsen, hvis virksomheden angiver, at Copenhagen Capacity ikke har gjort en forskel ift. deres investeringsbeslutning. Der spørges også til, hvorvidt den pågældende investering i Danmark indebærer fokus på forsknings- og udviklingsaktiviteter eller andre videnintensive aktiviteter. Dermed belyses, om der er tale om en videntung investering, jf. målsætningerne.² Endvidere skelnes mellem forskellige typer af sager/jobs:

- Greenfield (når der er tale om en helt ny etablering i regionen),
- Expansion (hvor en allerede etableret udenlandsk virksomhed udvider her i regionen i stedet for i udlandet) eller
- Retainment (hvor en allerede etableret virksomhed har overvejet at flytte helt eller delvist til udlandet, men vælger at beholde jobs i regionen efter Copenhagen Capacity's mellemkomst).

Endelig belyses en række andre forhold, fx virksomhedens vurdering af hvor vigtige forskellige typer af rammevilkår er, og hvor tilfreds virksomheden er med de konkrete rammevilkår i Greater Copenhagen.

² Fra 2016 og frem er det denne formulering, der er anvendt, mens der i 2015 og tidligere blev anvendt en blødere formulering om, hvorvidt investeringen var "kompetencedrevet".

Ud over den direkte jobskabelse har Oxford Research udarbejdet et notat, der belyser, hvilke afledte effekter udenlandske investeringer har. Notatet er baseret på beregninger pba. såkaldte input-output tabeller. Notatet skal opdateres i løbet af den kommende resultatkontraktperiode.

Med hensyn til måling af produktiviteten i tiltrækningsprogrammerne vil vi holde de skabte resultater op i mod de udgifter, der medgår til at drive programmerne. Vi vil sammenligne os med andre relevante nordiske hovedstæder i det omfang oplysningerne er tilgængelige. Hvad angår tiltrækning af virksomheder måler vi udgift pr. skabt job samt udgift pr. investeringssag. Hvordan vi måler områderne talenttiltrækning og kapitaltiltrækning vil afhænge af hvordan målesystemerne i øvrigt udformes, den indsats der udvikles og at der findes lignende indsatser andre steder og hvilke oplysninger der i givet fald er offentligt tilgængelige.

2.1.2 Tiltrækning og fastholdelse af international talent

Som aftalt ved indgåelsen af Resultatkontrakten er metoderne til måling af effekterne Copenhagen Capacitys talentindsats blevet udviklet i løbet af 2015. Talentindsatsen består dog af en række serviceydelser under løbende udvikling bl.a. som følge af, at indsatsen jf. resultatkontrakten er forudsat finansieret ved at geare basismidlerne med minimum en faktor tre. Således kan der komme nye elementer eller ændringer i indsatsen som betyder, at målesystemet skal videreudvikles. Det gælder, at de mål og målemetoder, der er aftalt med Region Hovedstaden minimum løber et år ad gangen og kun kan ændres efter aftale, typisk i forbindelse med den årlige statusforelæggelse for regionen. Generelt gælder det, at tredjeparts indflydelse på mål og metoder skal afspejle deres andel af finansieringen. Det aktuelle målesystem beskrives herunder.

Udgangspunktet for målingen af resultater og effekter på talentområdet er de virksomheder, der som kunder benytter sig af serviceydelserne i talentindsatsen.

Resultatmæssigt bliver der målt på:

- Antal virksomheder, der benytter serviceydelserne. Herunder måles også antal medfinansierende virksomheder samt medfinansieret beløb. Der er her tale om en simpel optælling via CopCaps CRM-system.
- Virksomhedernes tilfredshedsgrad. Dette bliver målt via spørgeskemaundersøgelser blandt virksomhederne. Her spørges på en måde, der er parallel til den måde, det foregår på i Investment Promotion.

Udover virksomhedernes tilfredsgrad, spørges der i nogle tilfælde også til tilfredsheden blandt de internationale talenter (jobtagerne). Det gælder de internationale studerende, som deltager i Copenhagen Capacitys kompetenceudviklings- og match-making-aktiviteter, internationale talentkonferencer mm.

Hvad angår effekterne bliver der målt på:

- **Tiltrækning:** Job i form af antal udenlandske fuldtidsmedarbejdere som virksomhederne har besluttet at ansætte med bistand fra Copenhagen Capacitys talentindsats. Dette måles ligeledes gennem spørgeskemaundersøgelser blandt virksomhederne. Ligesom for Investment Promotion medtages kun job, hvor Copenhagen Capacity har gjort en forskel. Disse opgøres særskilt som nye, tiltrukne talenter. Den præcise arbejdsgang for opgørelsen afhænger af karakteren af tiltrækningsforløbet. Er det et bredt tiltrækningsforløb, sker det ved virksomhedernes vurdering af hvor mange udenlandske kandidater Copenhagen Capacity har skaffet og hvor mange, der er blevet ansat. Ved målrettede, digitale tiltrækningsforløb kan mange kandidater følges direkte fra kampagne website til deres jobinterview og endelig forhåbentlige ansættelse. Erfaringen viser, at en del kandidater bliver interesseret jobsene via vores tiltrækningsforløb, men søger uden om vores platform. Disse jobs opfanges gennem interview med virksomhederne. Metoden valideres gennem dybdegående cases i 2017.
- Tiltrækning som led i samarbejde om investment promotion: Fra 2016 medregnes også jobskabelse i fællessager med Investment Promotion, hvor Talent er en vigtig faktor for, at virksomheden vælger at placere sig og/eller udvide i Greater Copenhagen. Disse sager evalueres som de øvrige Investment Promotion-sager via et telefoninterview med virksomheden gennemført af et eksternt revisionselskab. Såfremt Talentafdelingen har haft væsentlig betydning for en investeringsfremmesag, spørges til, hvor mange internationale medarbejdere virksomheden reallokerer til Danmark ifm. etableringen. Kriterierne er følgende: 1) Medarbejderne er allerede ansat et andet sted i virksomheden og flyttes fysisk til Danmark 2) Medarbejderne er højtuddannede (minimum bachelorniveau). De udenlandske talenter, der på denne måde er hentet til Danmark, tæller i Talentindsatsens resultatopgørelse. I opgørelsen af Copenhagen Capacitys samlede jobskabelse tælles disse jobs dog kun én gang.
- **Fastholdelse:** Hertil kan der komme job fra andre aktiviteter. Hvis en udenlandsk studerende efter uddannelsen får fuldtidsjob i en virksomhed i regionen eller vælger at starte egen virksomhed som følge af deltagelsen i Copenhagen Capacitys kompetenceudviklings- og match-making-aktiviteter vil dette kunne medtages. Disse opgøres særskilt som fastholdte job (se sidst i afsnittet).

Derudover arbejder Copenhagen Capacity også med kompetenceudviklings og match-making-programmer for internationale talenter i regionen. Det sker bl.a. gennem vedligeholdelse og udbygning af et Youth Goodwill Ambassadors Corps som er blevet styrket via et Socialfonds-projekt og suppleret med et Greater Copenhagen Career Program (GCCP) - et skræddersyet karriereforløb for internationale studerende, som Copenhagen Capacity gennemfører i samarbejde med International House Copenhagen.

Hvad angår disse aktiviteter, er det det enkelte talent, der følges og det enkelte talent, der vurderer hvorvidt Copenhagen Capacity har gjort en forskel ift. deres "fastholdelse" her i regionen. Dette måles ligeledes via spørgeskemaundersøgelser blandt de internationale studerende efter hvert gennemført forløb.

Målingen af sker løbende. Dog vil størstedelen af resultaterne blive indfanget to gange om året, hvor der følges op på de virksomheder og internationale talenter, der har været med i halvårets aktiviteter. Dette sker almindeligvis i august og februar forud for Copenhagen Capacitys bestyrelsesmøder.

2.1.3 Kapitaltiltrækning

Ved kontraktperiodens start var kapitaltiltrækning et udviklingsprojekt. Bestyrelsen har nu besluttet, at indsatsen gøres permanent fra starten af 2017. Indsatsen er dog betinget af, at den overgår til at være selvfinansierende i 2018.

Der er sat tre mål for indsatsen i 2017.

Når det gælder jobskabelse (effekter), er der tale om klassiske investeringsager, hvor hjælp til at få indskudt, dansk kapital udgør en vigtig del af den Value Proposition, der muliggør, at virksomheden etablerer sig eller ekspanderer i Greater Copenhagen. Den præcise formulering af spørgsmål vedrørende evalueringen udvikles når den/de første cases er nært forestående. Når en sag er evalueret som godkendt, tæller den samtidig som én sag (resultatmålet). Jobskabelsen indgår i øvrigt som en del af det samlede mål for Investment Promotion.

Endelig er der sat pengemål for tiltrækning af udenlandsk (resultat). Denne kan komme både ifm. tiltrækning af udenlandsk kapital møntet på enkeltinvesteringer og ifm. etablering af tematiserede investeringsfonde. Såfremt der tiltrækkes kapital udefra, indhentes investors vurdering af, hvor mange jobs, investeringen ventes at tilføre. Endvidere vil det antal job Copenhagen Capacity kan medtage i resultatopgørelsen i udgangspunktet også afhænge af andelen af investeringen, der bidrages med.

I alle typer af kapitalsager, vil det under alle omstændigheder gælde, at den eksterne beslutningstager skal bekræfte Copenhagen Capacitys betydning for beslutningen, tilfredshed med indsatsen samt størrelsen af den pågældende sag.

2.2 Regional erhvervsudvikling

2.2.1 Copenhagen Healthtech Cluster

Styregruppen for Copenhagen Healthtech Cluster har defineret en række målsætninger for den samlede periode. Copenhagen Capacitys direktør indgår i styregruppen og dermed er målsætningerne alignet med Copenhagen Capacitys øvrige arbejde.

Der følges op på CHCs resultatskabelse ved at måle på nedenstående parametre:

Parameter	Målemetode
1) Deltagelse – virksomheder og offentlige aktører	CRM
2) Tilfredshed blandt deltagere	Surveys
3) Vækst i omsætning	Surveys
4) Antal Testmiljøer	Simpel optælling
5) Testforløb	Startskemaer og evalueringer
6) Sund Vækst Muligheder initieret	Simpel optælling
7) Kommercialisering	Simpel optælling
8) Sundhedsdata-markedsplads	Simpel optælling

Deltagelse i CHC-initiativer trackes i Copenhagen Capacitys CRM-system. Med deltagelse forstås, at CHC har skabt værdi *for eller sammen med* en privat virksomhed eller offentlig organisation (i CRM-systemet, kaldet en account). Eksempler på værdiskabelse kan være, at en aktør har deltaget i en innovationsdag, et testforløb eller modtaget anden viden/støtte fra CHC, fx i form af lead-generering eller consulting. Det kan også være, at en aktør har skabt værdi *sammen* med CHC, fx ved at bidrage med viden til en rapport til tredje part.

Tilfredshed – der opereres med samme grad af tilfredshed som i investeringsfremme. Også her måles hvorvidt Copenhagen Capacitys ydelser opfattes som professionelle. I forbindelse med en afholdt innovationsdag måler vi på deltagernes vurdering af CHCs eksekvering.

Testmiljøer opgøres løbende via optælling af samarbejdsaftaler. Således medtælles et testmiljø først, når testmiljøet selv har anerkendt, at det lever op til visse krav.

Testforløb er defineret som igangsatte forløb (underskrevet og godkendt opstartsskema). Fra 22. maj 2017 og frem tæller testforløb ved de tre ReVUS-finansierede testmiljøer kun med såfremt virksomheden vurderer kvaliteten af forløbet til mindst 4 på en skala fra 1 til 5. Der måles desuden på vækst i omsætning for de testforløb, hvor det giver mening.

Vækst i omsætning måles via surveys. Der spørges til i hvilken grad CHC's ydelse ventes at medføre vækst i virksomhedens omsætning inden for en periode på tre år. Virksomheden skal svare mindst 3 på en 5-punktsskala før det anerkendes, at der forventes en øget omsætning. Tidligere indgik et eksportmål ligeledes, men efter aftale med styregruppen er eksportaktiviteter er ikke aktuelt et indsatsspor, hvorfor der ikke er udarbejdet et målesystem.

Sund Vækst Muligheder: Pr. 22. maj, 2017 defineres resultatskabelsen som afrapportering på en regional eller kommunal behovsafdækning.

Kommercialisering af offentlig sundhedspraksis tælles som antal samarbejdsaftaler mellem CHC og offentlige aktører. Der forventes dog ikke yderligere målskabelse på dette punkt. CHC har i 2016 arbejdet med tre kommercialiseringsforløb, hvoraf kun én samarbejdsaftale blev underskrevet. Indsatsen er derfor nedprioriteret efter aftale med styregruppen. Således følges resultatskabelsen ikke fremadrettet.

Sundhedsdata platform – der er en progression i målene således, at det i 2016 handlede om at få konceptet udviklet, i 2017 at få finansiering tilvejebragt og i 2018 om, at der skal være en vækst i datadrevne virksomheder, der arbejder med sundhedsdata. Finansiering indgår som led i forretningsmodellen for Sundhedsdata. Vækst anslås via spørgeskemaer til producenter og/eller udviklere af datadrevne sundhedsløsninger, som har deltaget i CHC-initiativer.

2.2.2 Sourcing China

Effektmålene følger det samme målesystem som for investeringsfremmeindsatsen generelt (se afsnit 1.1). Det gælder såvel jobskabelse som måling af kundetilfredshed. I indsatsen indgår også et mål vedrørende international PR. Opgørelsen af dette foregår på samme måde som aktiviteterne ifm. Greater Copenhagen-brandet (se afsnit 2.3).

2.2.3 Pulje til kickstart af nye projekter

Det eneste aktivitetsmål er antal kvalificerede projektidéer. Dette måles på antal projektforslag, der er godkendt til støtte fra puljen af Region Hovedstaden.

2.3 Markedsføringsplatforme – Greater Copenhagen

2.3.1 Overordnede mål med Greater Copenhagen-aktiviteterne

Kommunerne i Greater Copenhagen-samarbejdet er meget forskellige. Nogle indsats vil derfor være relevante for få kommuner, mens andre rammer målgruppen bredere. De overordnede mål for den samlede Greater Copenhagen-indsats i resultatkontrakten er derfor, at:

- a. Min. 75 % af kommunerne i Greater Copenhagen-regionen deltager ved udgangen af perioden inden for en eller flere af Greater Copenhagen-indsatserne.
- b. Min. 50 % af kommunerne har deltaget i mindst to Greater Copenhagen-indsatser i perioden.

Den kommunale deltagelse vil blive fortolket på følgende måde i hver af de tre indsats for at fastslå om de samlede mål for deltagelse er opnået:

- 1) For at en kommune tæller som en deltagende kommune i **modtageapparatet**, skal de opfylde mindst et af nedenstående kriterier:
 - De skal have modtaget eller udtrykt eksplicit ønske om at modtage fremtidige delegationer fra modtageapparatet
 - De skal have videresendt eller eksplicit sagt, at de vil videresende fremtidige henvendelser til kommunen til screening i modtageapparatet
- 2) En kommune regnes som bruger af **investorportalen**, hvis den har lagt min. et projekt på portalen.
- 3) En kommune regnes som bruger af **Greater Copenhagen-brandet**, på forskellig vis efterhånden som erfaringer indhentes. Det første år blev en kommune regnet som bruger, hvis den deltog aktivt i workshops og derudover på anden vis meldte aktivt tilbage. I andet og tredje år blev en kommune regnet som bruger, hvis den bruger Greater Copenhagen-logo, retorik eller materialer på eksempelvis kommunens website eller interne/eksterne materialer, eller hvis den har downloaded materiale fra toolboxen. I fjerde år fokuseres på kommunernes opbakning til indsatsen fx gennem deltagelsen i dialogmøder og workshops vedrørende bl.a. Greater Copenhagen-brandet.

2.3.2 Greater Copenhagen-brandet

De tre overordnede mål for Copenhagen Capacitys arbejde med Greater Copenhagen-brandet er:

- 1) Kundetilfredshed: Metoden for at måle kundetilfredshed bliver baseret på en spørgeramme, som omhandler tilfredshed i forhold til bl.a. materialer i toolbox og fx information om, hvordan brandet kan give værdi for virksomheder, kommuner, universiteter og andre primærbrugere. Der er tale om et initiativ med væsentlige udviklingselementer og derfor vurderes det årligt, hvad der er relevant at måle på.

Den måde kundetilfredsheden opgøres på udvikles i takt med, at aktiviteterne i indsatsen skifter karakter. De første to år var der fokus på aktiviteterne i form af workshops, roadshows og konferencer, hvor det primære mål var at involvere brugerne, skabe forankring og formidle budskabet om værdien af Greater Copenhagen-brandet. Her blev tilfredsheden derfor løbende målt vha. spørgeskemaer til de deltagende kommuner på tværs af temaer som indblik i formålet med brandet, anvendelsen af brandet og graden af inddragelse og information. I tredje år er der fortsat målt på kommunernes tilfredshed med brandarbejdet. I fjerde år er indsatsen fokuseret på, at skabe værdi for virksomheder gennem internationale digitale markedsføringskampagner. Derfor måles der på virksomhedernes tilfredshed med brand-arbejdet – ikke kommunernes.

- 2) Workshops og roadshow: Workshops og roadshows sikrer, at de relevante aktører får introduktion til og træning i brug af brandet, og hvordan brandet skaber værdi. Workshops og roadshow har det fjerde år til hensigt at introducere nye brand tiltag og kommende internationale kampagneindsatser og dermed sikre den fortsatte opbakning til den internationale digitale markedsføring gennem Greater Copenhagen-arbejdet samt sikre at kommunerne er klædt på til at formidle muligheden for deltagelse i de internationale digitale kampagner over for relevante virksomheder.
- 3) International presse (på tværs af hele Copenhagen Capacity): Her medtælles de internationale pressehistorier som Copenhagen Capacity har haft direkte indflydelse på, dvs. agendahistorier som Copenhagen Capacity har søgt at få i specifikke navngivne medier. Det kan også dreje sig om pressedækning, der er en udløber af det øvrige arbejde, der foregår i Copenhagen Capacity. Målopgørelsen omfatter alle aktiviteter i Copenhagen Capacity, der arbejder med international kommunikation, ikke kun Greater Copenhagen-aktiviteterne – eksempelvis nyhedsbreve, konferencer mv. Copenhagen Capacity er ofte direkte involveret i mediedækningen og således er det ikke nødvendigt at etablere omfattende medieovervågning, da Copenhagen Capacity på forhånd har kendskab til historien inden publiceringen. Herudover måles på antal besøgende på Copenhagen Capacitys hjemmeside, synligheden på sociale medier samt åbningsraten på de internationale nyhedsbreve.
- 4) Digitale markedsføringskampagner: Denne indsats er introduceret i 2016 og udviklet i løbet af 2017. I 2018 sker der en fortsat udvikling af målemetoderne for kampagnernes resultater. Indtil videre måles på antallet af skabte kontakter, digitale leads, som er på et tidligere stade i salgsprocessen end traditionelle leads (prospect opportunity i fx investment promotion arbejdet). Leads'ene bearbejdes i et såkaldt "nurture flow", og er en ny kontakt tilstrækkeligt interessant, sendes denne til den relevante afdeling – Investment Promotion eller Talentafdelingen. Udover dette måles der på synligheden på de sociale medier og industry sites – antal visninger, som en kampagne har. Tallene for dette trækkes automatisk i de kanaler, der anvendes i kampagner – fx LinkedIn, Twitter og Facebook.

2.3.3 Modtageapparat "One-point-entry"

Modtageapparatet har fire resultatmål som måles på følgende parametre:

- 1) Kundetilfredsheden måles efter afslutningen på hver delegation ved hjælp af et spørgeskema til delegationer og eventuelt deltagende virksomheder fra regionen. Måling foretages kun for de besøg, hvor vi selv står for en væsentlig del af programmet og/eller trækker regionale virksomheder ind i besøgsplanlægningen.
- 2) Virksomhedsudbytte måles vha. et spørgeskema. Der spørges til en række former for konkret udbytte. Virksomheden skal kunne svare positivt på mindst

en af mulighederne for at kunne betegnes som havende fået et konkret udbytte.

- 3) Leads til Copenhagen Capacity måles på antal leads i Copenhagen Capacity's CRM system med modtageapparatet som kilde. Copenhagen Capacitys investeringskonsulenter, vurderer hvorvidt en kontakt er et relevant lead, som så lægges i CRM systemet.
- 4) De tre volumenmål (Antal henvendelser screenet, Antal besøg understøttet, Antal ture fuldt arrangeret af besøgssekretariatet selv (VIP besøg)) trækkes via eksisterende værktøjer.

2.3.4 Investorportal og MIPIM

På MIPIM-indsatsen er resultatmålene kundetilfredshed og medieomtale.

- 1) Kundetilfredshed måles ved en årlig evaluering af MIPIM blandt partnere og sponsorer, herunder Region Hovedstaden.
- 2) De danske agendahistorier registreres løbende på baggrund af træk fra Infomedia.