



worldmeetings.com

WHITEPAPER

Samen werken aan succesvolle bijeenkomsten



**Hoe vind ik de best passende locatie?
In hoeverre beïnvloedt de locatie
het succes van een bijeenkomst?
Hoe werk ik het meest effectief
met een niet-commerciële locatie?**

Den Haag, januari 2018

Inleiding

Evenementen organiseren is een prachtig vak waarover veel is en wordt geschreven. Ook zijn er talloze trainingen en cursussen te boeken, wat goed past in de trend "een leven lang leren". Feit blijft dat het een vak is, dat je pas echt leert door het veel te doen. Daarom is het uitwisselen van best practices en ervaringen én het delen van valkuilen een effectieve manier om nieuwe kennis te vergaren.

Met als aanleiding de vernieuwde overeenkomst tussen Nuffic en Worldmeetings, organiseerde Worldmeetings in december 2017 zo'n bijeenkomst voor organisatoren van bijeenkomsten waarbij een drietal relevante onderwerpen in korte brainstormsessies uitvoerig zijn bediscussieerd:

Hoe vind ik de best passende locatie?

In hoeverre beïnvloedt de locatie het succes van een bijeenkomst?

Hoe werk ik het meest effectief met een niet-commerciële locatie?

Interessante topics waarover de deelnemers met elkaar in gesprek gingen, onder begeleiding van Ingrid Rip van RREM. De leerpunten uit deze sessies, aangevuld met tips, trends en ontwikkelingen, zijn in dit document op een rij gezet.



Effectief brieven: hoe vind ik de best passende locatie?

Doelgroep en doelstellingen helder

Effectief brieven kan alleen als je weet wat je zoekt. Om te weten wat je zoekt en welke locatie het beste hierbij past, is het belangrijk dat je weet wie aanwezig zullen zijn op de bijeenkomst en wat de doelstellingen zijn. Opgemerkt moet worden dat een evenement feitelijk geen doelstelling heeft, maar de verschillende *stakeholders* van datzelfde evenement hebben dat wél. Algemeen wordt gesteld dat je door middel van een event het gedrag van mensen kunt veranderen. Je wilt immers dat ze na het event of de vergadering iets anders of beter gaan doen dan voor het event. De doelstellingen van *stakeholders* kunnen in vier containerbegrippen worden samengevat die later uiteraard verfijnd dienen te worden.

Mensen of organisaties willen:

- opleiden
- informeren
- verkopen
- netwerken

of een combinatie hiervan.

De juiste locatiekeuze

Als je weet wat men wil bereiken, kun je bepalen welke werkvormen hierbij passen en wat voor zalen en zaalzettings wenselijk zijn. Pas dan kun je nadenken over locaties. Wanneer je een andere volgorde toepast (eerst locatie en dan zien we wel verder), beïnvloed je mogelijk het succes van het evenement en daarmee doe je je deelnemers tekort. Trends laten zien dat netwerken tijdens events alleen maar belangrijker wordt. Ook zien we een





toename van interactieve sessies. Veel kennis kun je digitaal ontsluiten terwijl ervaringen delen veel beter gaat als je dit in kleine sessies doet. Op deze manier gaan deelnemers écht deelnemen waarmee de leeropbrengst groter wordt. Dit alles heeft dus invloed op je locatie-keuze. Een andere trend is dat deelnemers zoeken naar een 'beleving': ze willen verrast worden, wat weer past bij de trend om ongebruikelijke locaties in te zetten. Met beleving kun je experimenteren, afhankelijk van doelgroep en doelstellingen. Stap eens uit de comfort zone, durf te vernieuwen: locatie, horeca, invulling van de bijeenkomst - alles kan bijdragen aan de beleving van een succesvol event. Het prikkelen van alle 'zintuigen' wordt in dit verband vaak genoemd.

Passende locatie

Je kunt dus pas zoeken naar een passende locatie als je weet op wie (welke doelgroep) de bijeenkomst zich richt en waarom (doelstelling) het wordt georganiseerd. Immers als het medewerkers zijn die uitgenodigd worden voor een bijeenkomst over verandermanagement, wil je graag ongestoord op 'de hei' zitten. Bij een internationaal gezelschap wil je op korte afstand van een

luchthaven zitten. Ook *Safety & Security* is een trend voor events met internationale deelnemers, die we in de huidige onstuimige wereld vaak horen. Om maar een paar voorbeelden te noemen.

LSD

De crux om tot een goede keuze te komen, zit hem vaak in het uitstekend uitvragen van de opdrachtgever zodat alle gewenste details helder zijn en er in één keer correcte, vergelijkbare offertes aangevraagd kunnen worden. LSD is hierbij een goed geheugensteuntje: Luisteren, Samenvatten en Doorvragen. Door dit structureel te doen, voorkom je miscommunicatie en kun je ook beter verwachtingen managen.

Checklist

Het meest efficiënt werk je aan de hand van een checklist. Op internet kun je diverse checklists vinden als basis die je vervolgens met elkaar verder ontwikkelt zodat hij past in jullie werkveld. Dergelijke hulpmiddelen zijn nooit af, je zult de lijst in de praktijk continu bij moeten stellen zodat hij met de organisatie en met specifieke events mee kan groeien. Op deze checklist is een onderverdeling in de zogenaamde *needs & wishes* een must. Dit betreft de absoluut noodzakelijke, minimale

**“uitstekend uitvragen
door Luisteren,
Samenvatten en
Doorvragen”**

faciliteiten om de bijeenkomst op het gewenste niveau door te laten gaan en wat zijn dan eventuele extra wensen – binnen budget - die het evenement waardevoller kunnen maken dan wel verder kunnen aankleden. Heel goed om in een vroeg stadium over na te denken.

Wees realistisch

Is er nauwelijks budget, dan moet je niet verwachten dat je in een 5 sterren de luxe locatie kunt vergaderen. Prijs staat overigens volledig los van het servicegehalte dat je wordt aangeboden. Een low-budget locatie kan zeer bevoegen en service-gerichte medewerkers hebben. Ook de flexibiliteit van een locatie is van belang. In hoeverre is men bereid om mee te denken vooraf en tijdens de bijeenkomst?

Appels met appels vergelijken

Als je goed voorbereid bent, dan is het zinvol om alle belangrijke details op papier te zetten bij de aanvraag van een locatie. Op deze manier kun je bij alle aanvragen exact dezelfde informatie delen en is de kans dat je appels met appels vergelijkt veel groter. Zorg dat je goed na hebt gedacht welke informatie je van de locatie

wilt. Arrangementprijzen? Dan allemaal graag. Wil je informatie over bereikbaarheid en parkeren? Dan dient die vraag bij alle aanvragen gesteld te worden.

Vergelijken wordt dan veel eenvoudiger. Maak hiervoor een matrix waarin je alle relevante aspecten opneemt zodat je snel kunt plussen en minnen. Welke locatie voldoet aan al je wensen en eisen?

Informatie delen

Via Worldmeetings hoeft je slechts éénmaal je eisen en wensen kenbaar te maken. Op basis van jouw briefing gaan onze consultants aan de slag en selecteren uit meer dan 1.500 locaties de best passende. Van deze locaties ontvang je geheel vrijblijvend een offerte. Wij bouwen de offertes zoveel mogelijk op dezelfde wijze op, zodat je de eerder genoemde matrix heel eenvoudig kunt invullen. Nog een pluspunt is dat informatie en feedback van al onze opdrachtgevers over bijeenkomsten en locaties centraal bij Worldmeetings bijeen komen. Hier maken we uiteraard gebruik van! De consultants van Worldmeetings kunnen zo bogen op een enorme ervaring en nemen deze informatie mee in de locaties die zij voorstellen.



In hoeverre beïnvloedt de locatie het succes van een bijeenkomst?

Wat is succes?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden is bij de aftrap van de organisatie van een bijeenkomst één vraag cruciaal: "Wanneer is de bijeenkomst voor u een succes?" Stel hem aan je opdrachtgever!

Zo mogelijk zorg je voor meetbaarheid van deze KPI (kritische prestatie indicator). Denk bijvoorbeeld aan een concreet aantal deelnemers, een bepaald percentage groei van het aantal geslaagden voor een cursus ten opzichte van een vorig jaar, een bepaald percentage groei in de beoordeling van de training of vergadering, et cetera. Maar het gaat veel verder dat dit.

Het gaat ook om de prijs- kwaliteit verhouding van een heel arsenaal aan aspecten. Om er enkelen te noemen:

- als mensen té ver moeten reizen met het openbaar vervoer
- als de kwaliteit van de koffie slecht is

- als mensen te lang in de rij moeten staan voor een lunch
- als de toiletten niet fris en schoon zijn
- als de WIFI niet over voldoende breedband beschikt.

Bij al deze aspecten zal men de bijeenkomst slechter beoordelen, zelfs wanneer de inhoud excellent is. Daarom is het zo belangrijk om vooraf alle vragen te stellen die je belangrijk acht. Hoe gaat de locatie om met zaken die anders lopen, die vergeten blijken te zijn, apparatuur die niet werkt. Kortom: hoe flexibel is de gekozen locatie?

Het gaat altijd om samenwerking

Iedereen die wel eens een event heeft georganiseerd, zal weten hoe belangrijk het is als de medewerkers van de locatie met je meedenken, vooruitdenken en dat stapje harder lopen om de bijeenkomst tot

“Organiseren doe je nu eenmaal samen met een groot aantal mensen, ook al zie je ze niet altijd”



een succes te maken. Organiseren doe je nu eenmaal samen met een groot aantal mensen, ook al zie je ze niet altijd. Je hebt te maken met de locatie, cateraars, AV leveranciers, enzovoort. Zorg daarom ook altijd dat je voorafgaand aan de bijeenkomst navraag doet over de wijze van overdracht van jouw contactpersoon naar de mensen die de dag zelf op de vloer aanwezig zijn. Ben je zelf ter plaatse, bespreek het draaiboek dan bijvoorbeeld met een duty manager.

Memorable events

Al eerder is de trend genoemd dat deelnemers op zoek zijn naar memorabele ervaringen in een bijeenkomst. Het kan dus zijn dat je een (bijzondere) locatie met een link naar het onderwerp van de bijeenkomst zoekt. Of een locatie in een stad waarbij het juiste netwerk van nature aanwezig is zodat sprekers, sponsors, deelnemers of bijvoorbeeld technische excursies eenvoudig gerealiseerd kunnen worden. Vaak worden de volgende voorbeelden genoemd: internationaal recht in relatie tot Den Haag en Architectuur in relatie tot Rotterdam.

Andere invloeden op succes

Wat beïnvloedt nog meer het succes van je bijeenkomst? Heel concreet: daglicht. Vergeet niet dat wanneer deelnemers een hele dag in een zaal zitten waar geen daglicht is, dit bergen energie kost. Heb je bij het samenstellen van het programma rekening gehouden met (voldoende) mogelijkheid om buiten even een frisse neus te halen? Hier kun je vrij eenvoudig invloed uitoefenen en toch wordt er vaak onvoldoende rekening mee gehouden.

Ook kan een te veel aan licht de ervaring beïnvloeden. Als je de hele dag tegen het licht in moet kijken naar een spreker, een scherm of een mede-vergaderaar, kan dat na verloop van enkele uren behoorlijk wat ongemak opleveren. Let hier dus ook op.

Een ander 'onzichtbare' beïnvloeder is akoestiek. Iedereen kent wel de nagalmende akoestiek van een kerk.

Een enkele sessie in zo'n locatie kan toegevoegde waarde hebben - afhankelijk van je onderwerp en wat je wilt bereiken - maar een hele dag is slopend. Let dus op hoogte van zalen, niet te hoog, niet te laag en als het toch een hele hoge kale ruimte is, zijn er wellicht akoestische panelen in te hangen?

Wat ook onzichtbaar beïnvloedt, is ruimte, of het gebrek eraan. Verzuipen in een zaal is niet prettig maar het gevoel niet over voldoende bewegingsruimte te beschikken is evenzo vervelend. Mensen willen kunnen interacteren wellicht tijdens sessies en zeker daarbuiten. Als de pauzeruimte dan zo krap is dat je niet even uit de 'drukte' kunt stappen met een gesprekspartner, kan dat de ervaring nadelig beïnvloeden.

Eerlijk en betrokken

In alle voorbeelden gaat het erom dat je de doelstellingen kunt realiseren die vooraf gedefinieerd zijn én de wijze waarop de locatie hiermee omgaat. Is de locatie voldoende kritisch op de mogelijkheden die zij biedt of kan 'alles'? Wees alert als je dit laatste aan de hand hebt. Uiteindelijk ben je meer gebaat bij een eerlijk "bij de buurman ben je voor dit event beter af", toch? Hier ligt een belangrijke taak voor Worldmeetings. Betrokken advies is van onschatbare waarde voor alle partijen. Onze consultants zijn objectief en adviseren proactief als een andere locatie beter past bij jouw bijeenkomst.

Hoe werk je het meest efficiënt met niet-commerciële locaties?

Managen van verwachtingen

Omdat niet-commerciële locaties niet hoeven te leven van de verhuur van zalen, werken ze doorgaans anders. Zo zijn er vaak geen standaard vergaderpakketten die je eenvoudig inkoop, is horeca doorgaans niet meer dan broodjes ham en kaas met koffie, state-of-the-art event-technologie heeft niet per definitie de hoogste prioriteit en ga zo maar door. Als je dit weet, kun je er rekening mee houden vanaf het moment dat je ermee in contact komt. Feit blijft dat zo'n locatie van toegevoegde waarde kan zijn, kijkend naar je doelgroep, doelstelling, budget en/of het thema van je bijeenkomst. Ten eerste, vraag goed uit, net als bij het goed brieven in algemene zin: LSD! Ga in ieder geval nóóit uit van aannames want zoals de Engelsman het verwoord: *"When you assume, you make an ASS out of U and ME!"*. Vraag door en stem verwachtingen goed af met alle betrokkenen.

Budgetteren

Dit geldt ook voor prijzen. Ofschoon verhuurprijzen doorgaans aanmerkelijk lager liggen, kun je te maken krijgen met veel verborgen kosten variërend van professionele AV die ingehuurd moet worden tot andere horeca, schrijfmateriaal, flipovers en schrijvende stiften, et cetera. BTW is ook een aspect om rekening mee te houden: zijn de prijzen in- of exclusief BTW? Pas als je hierin inzage hebt, kun je de begroting goed opbouwen. Realiseer je dat het accommoderen van events het niet de *core-business* is van een niet-commerciële locatie en dat zaken dus vaak anders geregeld zijn dan bij een professionele event- en vergaderlocatie.

Check check dubbel check

Bedenk wat de toegevoegde waarde is van de locatie, waarom wil je persé daar bijeenkomen? Heb de *needs & wishes* gereed en bedenk hoe je hiermee om kunt



gaan binnen de mogelijkheden van de locatie. Zorg voor duidelijke afspraken, opvolging en deadlines en leg alles zwart op wit vast. Zoals ze in de luchtvaart hanteren, is een 'triple loop check' niet overbodig: check – check – dubbel check.

Plan B

Flexibiliteit en snel handelen horen vaak niet tot het standaard aanbod terwijl dit in ons werk wel wenselijk is, dus: bereid je goed voor, plan ruim van te voren en ga zeker bij belangrijke meetings altijd kijken. Anticipeer en zorg voor een plan B op onderdelen waar je problemen verwacht. Zo kun je onafhankelijk van anderen de situatie zo goed mogelijk controleren. Maar weet ook: evenementen organiseren staat in de top 5 van stressvolle beroepen en er lopen altijd zaken anders dan gepland, het hoort erbij. Los het op en ga niet "Zwarte

Pieten". Als je onwenselijkheden direct en zo goed mogelijk oplost, merken de deelnemers vaak niets hiervan. Als je dit nalaat en het hoog speelt, zal het je bijeenkomst mogelijk onnodig negatief beïnvloeden.

Evalueer en deel ervaringen

Evalueer na het event zowel met de locatie alsook intern met collega's, zodat iedereen op de hoogte is van de plus- en minpunten van deze specifieke locatie voor toekomstige bijeenkomsten. Maak aantekeningen voor later en documenteer. Worldmeetings heeft een uitgebreid bestand van vergaderlocaties, waarin ook een groot aantal niet-commerciële locaties te vinden is. Onze consultants zijn bekend met de voor- en nadelen van het boeken bij een alternatieve locatie en delen deze ervaringen graag met je.

**"hanteer een
'triple loop check':
check- check-
dubbel check"**

Conclusie

Aan het einde van de sessies kunnen we als gemene deler noteren dat een bijeenkomst pas écht succesvol is als je vanuit de juiste uitgangspunten start:

- Wie is mijn doelgroep?
- Wat willen we bereiken?
- Wanneer is de bijeenkomst echt geslaagd?

Het is van belang deze uitgangspunten in het voortraject helder te krijgen, om er vervolgens bij je keuzes (zo veel mogelijk) rekening mee te houden.

Werk vanuit checklists en vaste templates zodat je niets over het hoofd ziet. Verder is luisteren, doorvragen en samenvatten (LSD) van gesprekken met zowel de opdrachtgever als leveranciers cruciaal. Op deze wijze weet je van elkaar wat de verwachtingen zijn en kun je hier naar handelen; aannames doen is bijzonder gevaarlijk in ons vak.

Evalueren en informatie met elkaar delen, is een prima manier om te blijven leren en elkaar scherp te houden.



omdat iedere
meeting
beslissend is

Auteur: Ingrid Rip – rrem.nl

in opdracht van Worldmeetings.com

met dank aan Nuffic, de Nederlandse organisatie voor internationalisering in onderwijs

Meer informatie

Laan van Meerdervoort 50

2517 AM Den Haag

T. +31 (0)70 313 11 00

F. +31 (0)70 313 11 22

info@worldmeetings.nl

worldmeetings.com

 [LinkedIn](#)

 [twitter](#)

 [facebook](#)

worldmeetings.com