

HOE ZORG JE VOOR EEN ONVERGETELIJK EVENEMENT?



Checklist: Corporate Event Planning

Van beurzen, congressen en productlanceringen over workshops en teambuilding evenementen - jouw bedrijf houdt waarschijnlijk verschillende zakelijke evenementen per jaar. En door de nieuwe post-pandemie realiteit is evenementen organiseren complexer is geworden. Denk bijvoorbeeld aan de combinatie tussen in-persoon, online en hybride evenementen. Dus hoe kan je nu die ROI van je corporate events maximaliseren? Invitedesk helpt hierbij met de corporate event planning checklist.

Jouw Corporate Event Planning Checklist ... voor succesvolle evenementen!

Bij InviteDesk weten we uit ervaring dat een degelijke planning de basis is van alles, zeker in dit 'nieuwe normaal'. Dus om de waarde van uw evenementen te verhogen en om ervoor te zorgen dat uw meest waardevolle gasten komen opdagen, hebben we deze handige checklist samengesteld voor planning van uw volgende evenement.

1. Bepaal de objectieven van je evenement

De juiste objectieven bepalen, hier begint het mee omdat dit een gigantische invloed heeft op je planning, verdere beslissingen, targeting, communicatie en de betrokkenheid van de collega's. Wat wil je bereiken met je evenement? Ga je een nieuw product te introduceren? Ben je op zoek naar nieuwe prospects? Of wil je de relatie met jouw klanten versterken? Hoe dan ook:

- Bepaal je doelen. Wat wil je uit dit evenement halen?
- Als je verschillende doelen hebt, bedenk dan welke prioriteit ze moeten krijgen.
- Specificeer en beschrijf ze volgens het SMART- principe.
- Zorg ervoor dat alle betrokken stakeholders op de hoogte zijn van deze doelen en zorg dat iedereen op dezelfde lijn zit.

2. Wat is het recept voor een geweldig evenement? De juiste content voor de juiste gasten!

Bepaal met jouw objectieven in gedachten de inhoud van jouw evenement en hoe het aan je publiek over te brengen. Als de doelgroep overeenkomt de inhoud en vice versa, zal dit een betere conversie geven op je leads later.

- Bepaal met uw doelstellingen voor ogen de ideale doelgroep.
- Kies een thema en /of titel die bij uw doelstellingen past en aantrekkelijk klinkt voor je ideale publiek.
- Bepaal de content om je objectieven te realiseren en zorg ervoor dat deze de verwachtingen van je doelgroep inlost (of overtreft!).
- “ Think big ” : hoe kan uw evenement ‘een herinnering voor het leven’ worden?
- Bereid de doelgroepbriefing voor voor je verkoopsteam.
- Zorg ervoor dat alle teamleden die betrokken zijn bij het uitnodigingsproces goed zijn geïnformeerd over het type gasten dat je zoekt en hoe dit overeenkomt met de content en objectieven.

3. Kies de datum (en locatie) voor je evenement

Impact maken is natuurlijk waar je naar streeft. Dus waar en wanneer zal je event plaatsvinden voor de beste resultaten?

- Wanneer zijn uw deelnemers het meest beschikbaar?
- Denk aan vakanties en concurrerende evenementen op de kalender.
- Kan je profiteren van een bijzondere tijd van het jaar, of een jubileum, iets specifiek voor je sector?

Vergeet ook niet aan je locatie te denken.

- Bepaal het type evenement (persoonlijk, online of hybride) dat het beste aansluit bij uw publiek en doelstellingen. Overweeg zorgvuldig de voor- en nadelen van elk type evenement.
- Op welke locatie kun je het aantal mensen makkelijk ontvangen (en kan je er een indruk op maken)? Denk aan capaciteit, locatie, apparatuur, etc...
- Welke technologie ga je gebruiken als je virtueel gaat?

4. Bereid uw evenementactiviteiten voor en plan ze in

Hier breng je de volgorde van je activiteiten in kaart en communiceer je met je leveranciers. Communiceer je planning ruim op tijd met je leveranciers en houd rekening met eventuele vakanties of vertragingen.

- Leg de lijst met sprekers vast.
- Organiseer wie, wanneer en voor hoe lang zal spreken.
- Breng uw communicatieflow in kaart.
- Stem af met leveranciers: catering, apparatuur, standbouw, enz. Ook wanneer je ervoor kiest om een online of hybride evenement te organiseren, is het misschien de moeite waard om te zoeken naar partners die de juiste ervaring en tools hebben om het evenement naar een hoger niveau te tillen.
- Brief de leveranciers over de timing en wat je exact verwacht.

5. De gasten krijgen die je verdient, doe je met een strak communicatieplan

Bied jouw publiek een professionele ervaring van begin tot eind. Met de software van InviteDesk kan je de volledige communicatieflow – save-the-date, uitnodiging, herinnering, bevestiging, communicatie voorafgaand aan het evenement, bedanking, enz. – met slechts een paar klikken opzetten.

- Bepaal hoe en waar je je doelgroep gaat bereiken. Denk aan alle media: bijvoorbeeld: e-mail (hebben we genoeg data, zijn de data up-to-date?), social media), persoonlijke uitnodigingen door sales...
- Denk na over hoe u registraties en gastkwaliteit gaat controleren en opvolgen. Je wil niet op het laatste moment nog moeten rondbellen om ervoor te zorgen dat je de zaal vol krijgt.
- Bereid een volledige retroplanning: Wil je een teaser te sturen , zoals een save-the-date, om het komende evenement aan te kondigen? En wanneer? Hoe zit het met de planning van je uitnodigingsmails en herinneringsmails? Enz.
- Vergeet niet om ook relevante interne communicatie toe te voegen aan uw retroplanning (bijv. momenten om verkoop en management te debriefen over de status en voortgang).

- Houd uw publiek betrokken: communiceer voldoende vaak vóór en na het evenement.
- Kies de juiste tools om je communicatie vlot te laten lopen. Je wil tijdig en persoonlijk communiceren, in de juiste huisstijl. Met InviteDesk kan je eenvoudig het juiste merk, de juiste stijl en personalisatie selecteren om moeiteloos een professionele finishing touch aan je uitnodigingen toe te voegen.
- Denk aan je follow-up en uw post-event e-mails – dit zorgt mee voor het beste resultaat!

6. Organiseer altijd (!) een dry run

Deze stap is de generale repetitie van uw evenement. De dry-run wijst op eventuele logistieke problemen in uw evenement en of je content of timing goed zit. Probeer aan alles te denken tijdens je dry-run en sla geen stappen over!

- Nodig alle betrokken sprekers en medewerkers uit voor deze proef sessie.
- Gebruik je technologische snufjes, vergeet dan niet om deze van tevoren te testen. Testen op de dag van het evenement kan te laat zijn.
- Check of al je collega's en partners volledig zijn voorbereid.
- Hebben alle teamleden hebben de tools die ze nodig hebben? Met InviteDesk is realtime informatie toegankelijk voor teamleden op hun mobiel. Dit helpt het proces soepel te laten verlopen en houdt iedereen op de hoogte van de grote dag.

De dry run zorgt ervoor dat het hele evenement vlekkeloos verloopt. Er kunnen dingen misgaan of niet, maar als je toch tegen problemen aanloopt, blijf dan kalm, let op en ondernem actie om de volgende keer dezelfde problemen te voorkomen.

7. Het evenement is nog maar het begin

Wanneer de deuren sluiten of het webinar eindigt, betekent dit niet dat al het werk gedaan is. Integendeel: het succes van een evenement hangt vaak af van de volgende activiteiten.

- Natuurlijk wil je een bedanking sturen met bvb de opnames, presentaties, of enig ander relevant materiaal dat je zou hebben beloofd aan de gasten.
- Verleng de event-ervaring met een aftermovie of foto's genomen tijdens het event.
- Zorg ervoor dat de verkoopploeg na het evenement goed opvolgt op basis van wat je eerder hebt afgesproken.
- Zorg ervoor dat alle relevante gegevens over je gast worden opgeslagen (in lijn met de GDPR natuurlijk) zodat je deze op een relevante manier kan gebruiken in de verkoop of voor toekomstige evenementen.

8. Voer een grondige evaluatie uit van het evenement

Enquêtes helpen je het evenement te evalueren en informatie te verzamelen over je klanten en hun interesses om je evenementmarketing te verbeteren en gericht te maken.

- Houdt een enquête onder de deelnemers over hoe zij uw evenement hebben ervaren. Probeer ook inzicht te krijgen in hun voorkeuren door te luisteren naar hun suggesties. Zo kom je op nieuwe ideeën die je kunt toepassen op toekomstige evenementen.
- Houd kort na het evenement een evaluatievergadering met uw team, wanneer alles nog vers in het geheugen ligt.
- Bepaal de sterke en zwakke punten van uw evenement. Hoe overwin je de volgende keer dezelfde obstakels?

Moeite om de juiste input te krijgen of om consistent de resultaten te vergelijken overheen events? Software kan het gemakkelijk maken om feedback te verzamelen via enquêtes of polls, samen met inzichten uit realtime data, zoals (niet-)aanwezigheid.

Bereid je voor op innovatief eventmanagement

Evenementen organiseren is een vak apart. Het loont de moeite om op deskundige hulp te vertrouwen. We hebben deze onmisbare Event Planning Checklist ontwikkeld vanuit onze ervaring in sales, marketing, management ... en events!

En daarom hebben we ook speciale software voor evenementbeheer ontwikkeld. InviteDesk is uniek op de markt en is een handig evenementenplatform waarmee je marketing- en verkoopteams efficiënter kunnen samenwerken om evenementen met impact te organiseren.

Je kan met onze software de juiste deelnemers uitnodigen, betrekken en omzetten in waarde voor jouw bedrijf. Voor persoonlijke, virtuele en hybride evenementen.

Vraag nu een demo aan en kijk wat onze software voor jou kan doen.

Bezoek onze website invitedesk.com of lees onze blog voor meer info en tips.