

# HOE ZORG JE VOOR EEN ONVERGETELIJK EVENEMENT?



# Checklist: Corporate Event Planning

Van beurzen, congressen en productlanceringen tot workshops en teambuildings. Jouw bedrijf organiseert verschillende zakelijke events per jaar. En door de nieuwe post-pandemie realiteit is de organisatie complexer dan ooit.

Denk bijvoorbeeld aan de combinatie tussen fysieke, 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 uitstekende planning de basis is van alles. Dus om de waarde van je evenementen te verhogen en om ervoor te zorgen dat de juiste gasten opdagen, stelden we deze handige checklist op voor planning van je volgende evenement.

## 1. Bepaal de objectieven van je evenement

Alles start bij het bepalen van de juiste objectieven. Dit heeft een **gigantische invloed op heel je planning**: de verdere beslissingen, targeting, communicatie en de betrokkenheid van de collega's, noem maar op.

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 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. Hoe ga je het aan je publiek overbrengen? Als de doelgroep bij de inhoud past en vice versa, zal dit een **betere conversie geven op je leads later**.

- Bepaal **de ideale doelgroep** met je doelstellingen voor ogen.
- Kies een **thema en/of titel** die bij je doelstellingen past en aantrekkelijk klinkt voor je doelpubliek.
- 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 je evenement **'een herinnering voor het leven'** worden?
- Stel een **doelgroepbriefing** op voor je verkoopsteam.
- Zorg ervoor dat alle teamleden die betrokken zijn bij het uitnodigingsproces goed zijn **geïnformeerd over het gewenste type gasten**. Vertel hen 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 je **deelnemers het meest beschikbaar?**
- Denk aan **vakanties en concurrerende evenementen** op de kalender.
- Kan je **profiteren van een bijzondere tijd** van het jaar, een jubileum, of iets specifiek voor je sector?

Vergeet ook niet aan je locatie te denken.

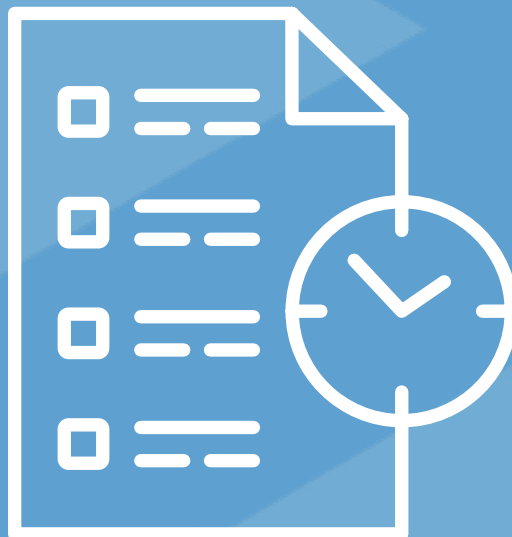
- Bepaal het type evenement (persoonlijk, online of hybride) dat het beste aansluit bij je publiek en doelstellingen. Overweeg zorgvuldig **de voor- en nadelen van elk type evenement.**
- Op welke locatie kun je **het aantal mensen makkelijk ontvangen** (en kan je er een indruk op maken)? Denk aan capaciteit,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



#### 4. Bereid je 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 hou rekening met eventuele vakanties of vertragingen.

- Leg de **lijst met sprekers** vast.
- Organiseer wie, wanneer en voor hoe lang zal spreken. Breng je **communicatieflow** in kaart.
- Stem af met leveranciers:** catering, apparatuur, standbouw, enz.
  - TIP:** wanneer je ervoor kiest om een offline of hybride evenement te organiseren, is het de moeite waard om te kiezen voor partners met de juiste ervaring en tools. Zo til je jouw evenement naar een hoger niveau met minimaal risico.
- Brief de leveranciers** over de timing en wat je exact verwacht.



## 5. Met een strak communicatieplan, ontvang je de gasten die je verdient

Bied je publiek een professionele ervaring van begin tot einde. **Met de software van InviteDesk zet je de volledige communicatieflow op binnen enkele klikken:** save-the-date, uitnodiging, herinneringen, bevestiging, communicatie voorafgaand aan het evenement, bedanking, enz.

- Bepaal **hoe en waar je je doelgroep gaat bereiken**. Denk aan alle media:
  - E-mail:** heb je genoeg data, is de data up-to-date?
  - Social media**, persoonlijk en/of advertenties?
  - Persoonlijke uitnodigingen** door sales.
  
- Denk na over **hoe je registraties en de kwaliteit van bezoekers gaat controleren en opvolgen**. Je wil niet op het laatste moment rondbellen om de zaal vol te krijgen.
  
- Stel een volledige **retroplanning** op: wil je een teaser te sturen, zoals een save-the-date? Wanneer verstuur je die? Hoe zit het met de planning van je uitnodigingsmails en herinneringsmails? Etc.
  
- Voeg relevante interne communicatie toe aan je retroplanning** (bijv. momenten om verkoop en management te debriefen over de status en voortgang).
  
- Hou je publiek betrokken:** communiceer voldoende zowel vóór als na het evenement.
  
- Kies **de juiste tools om te communiceren**. Je wilt tijdig en persoonlijk communiceren, in de juiste huisstijl.
  - TIP:** Met InviteDesk kan je eenvoudig het juiste merk, de juiste stijl en personalisatie selecteren. Zo voeg je moeiteloos een professionele finishing touch toe aan je uitnodigingen.
  
- Denk aan je **event follow-up** en de post-event e-mails – dit zorgt mee voor het beste resultaat!

## 6. Organiseer altijd (!) een dry run

Dit is **de generale repetitie van je evenement**. De dry-run wijst op eventuele logistieke problemen in je evenement en of je content en 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 de proefsessie.
- Gebruik je technologische snufjes**, vergeet 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 tegen problemen aanloopt, blijf dan kalm**. Let op en onderneem actie om de volgende keer dezelfde problemen te voorkomen.





## 7. Het evenement is nog maar het begin

Het werk is niet gedaan wanneer de deuren van het evenement sluiten of het webinar eindigt. Integendeel: **het succes van een evenement hangt vaak af van de volgende activiteiten.**

- Stuur **een bedanking** en voeg de volgende zaken toe:
  - De opnames,
  - presentaties,
  - of ander relevant materiaal dat je beloofde aan de gasten.
- Verleng de ervaring van het evenement met een **aftermovie of foto's** genomen tijdens het event.
- Zorg ervoor dat **de sales afdeling na het evenement goed opvolgt** op basis van wat je eerder hebt afgesproken.
- Zorg ervoor dat je alle relevante gegevens over je gasten opslaat (in lijn met de GDPR natuurlijk) zodat je deze op een relevante manier kan gebruiken in de verkoop of voor toekomstige evenementen.



## 8. Een grondige evaluatie van het evenement

Enquêtes helpen je het evenement te evalueren. Bovendien verzamel je zo ook informatie over je klanten en hun interesses. Met die info verbeter je later je evenementmarketing.

- Stuur een **enquête** uit naar de deelnemers. Wat vonden zij van je evenement? Krijg inzicht in hun voorkeuren door te luisteren naar hun suggesties. Zo kom je op nieuwe ideeën die je kan toepassen op toekomstige evenementen.
- Hou een **evaluatievergadering** kort na het evenement. Dan zit alles nog vers in het geheugen van je team.
- Bepaal **de sterke en zwakke punten** van je evenement. Hoe overwin je de volgende keer dezelfde obstakels?
- Moeite om de juiste input te krijgen? Of om resultaten te vergelijken over de events heen? **De juiste software** helpt je om feedback te verzamelen. Zo stuur je enquêtes of polls uit, en combineer je die inzichten met realtime data, zoals aanwezigheden.



## Bereid je voor op innovatief eventmanagement

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

Met de kennis uit die ervaringen creëerden we een speciale software voor evenementenbeheer. **InviteDesk is een handig evenementenplatform waarmee marketing- en verkoopteams efficiënter samenwerken. Zo organiseren ze evenementen met een grotere impact.**

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

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

[IK WIL EEN DEMO](#)

Of bezoek onze website [invitedesk.com](https://invitedesk.com) en lees onze blogs voor meer info en tips.