

De uitnodiging waar iedereen op in gaat

Hoe zorg je ervoor dat je genodigden reikhalzend uitzien naar je evenement, congres of bijeenkomst? Uitnodigen is een kunst.

Voordat genodigden ingaan op je uitnodiging, moet je hen overtuigen. Begin september organiseerde EventBranche.nl samen met Aaaaah! the Actor Factory een webinar over het uitnodigingstraject. Ga naar www.eventbranche.nl en zoek op 'webinar'.

Hier alvast de belangrijkste aandachtspunten. Erik Peekel van Aaaaah! komt binnenkort met een boek met vele tientallen tips.

Samen met Sjoerd Weikamp (EventBranche.nl) kwam hij tot een reeks aan tips voor het uitnodigingstraject.

Checklist voor de eerst uitnodiging:



- Datum, tijden, locatie, aanmeldmogelijkheid in de uitnodiging
- Verzendmoment: zes weken voor het evenement. Daarvoor eventueel al een save the date.
- Maak de uitnodiging persoonlijk. Daarbij hoort een check, dubbelcheck van de verzendlijst.
- Reageer direct op reacties. Zowel negatief, als positief. Zowel per mail en telefoon als op social media. Een 'klantenservice' rondom het uitnodigingstraject is een must.
- Een herinnering is geen schande. Mensen hebben vaak meerdere uitnodigingen nodig. Zorg dat je per herinnering steeds iets meer waardevolle informatie prijs geeft.

TIP van webinar-deelnemer

Bart Oornick van Oornick.com

'Onze ervaring is dat, gebaseerd op uitgebreid marktonderzoek, dat 3 maanden van te voren minimaal is (voor een 1 daagse/avond bijeenkomst)'

Vraag van Maas Boulevard Feest:

'Hoe kan ik de deelnemers van mijn gratis festival overhalen om zich te registreren zodat we de volgende keer een uitnodiging persoonlijk kunnen maken. Enquêtes en of QR codes hadden geen succes.'

Denk hierbij aan een beloning, een persoonlijk extraatje voor het volgende bezoek in ruil voor registratie. Of maak gebruik van bijvoorbeeld social media, registratiebedrijven kunnen tips geven over de koppeling van online gegevens naar het volgende uitnodigingstraject.



Deelnemers verleiden en overtuigen

Denk 'trouwkaart'

Veel zakelijke evenementen zijn nogal onpersoonlijk. Durf te tutoyeren indien gepast. Zorg voor een persoonlijk emailadres en verstuur niet met info@ of een noreply-adres. Plak op een uitnodigingskaart een post-it met een handgeschreven aanbeveling erop: "Echt iets voor jou!" Als je per e-mail uitnodigt, personaliseer dan de eerste regel of alinea. Maak van de uitnodiging een echte invitatie in plaats van een mailing. Denk meer in termen van warme trouwkaarten/uitnodigingen in plaats van koude mailingen. Ook uw zakelijke gast is een mens.

Je wilt je genodigden het gevoel geven dat hun komst op prijs wordt gesteld. Wanneer je een uitnodigingstraject bedenkt voor je zakelijke evenement, kijk dan hoe je het zo persoonlijk mogelijk kunt maken.

Eigen relaties eerst

Wanneer je een evenement organiseert voor klanten, geef dan je collega's een actieve rol in het uitnodigingstraject. Laat iedereen zijn eigen relaties uitnodigen. Vraag elke collega om 10 relaties uit te nodigen (en op het evenement ook persoonlijk te ontvangen). Zij benadrukken de exclusiviteit "Ik mag 10 relaties uitnodigen en ik moest direct aan jou denken." Organiseer vooraf een interne kickoff voor je eigen collega's. Betrek hen bij de plannen voor het evenement en geef duidelijk aan wat je van hen verwacht. Om er zeker van te zijn dat de uitnodigingen er op tijd uit gaan, kun je ze ook centraal versturen. Als afzender gebruik je dan steeds de naam van de collega die het contact met de genodigde onderhoudt.

TIP: Toegevoegde waarde
Ilke Meijer van EMBoost
'Geef duidelijk aan wat het de deelnemer oplevert.'

Nog een paar tips om te overtuigen:

- Gebruik ook de telefoon: het kost tijd, maar loont en is tevens een contactmoment.
- Gebruik een prikkelende titel: leg op een prikkelende manier de toegevoegde waarde bloot.
- Gebruik beeld in de uitnodiging: een foto, illustratie, video of cartoon.
- Houd teksten kort en krachtig: maak teksten desnoods oprolbaar (het belangrijkste eerst) en zorg voor puntsgewijze opsomming om teksten in te korten. Redeneer altijd vanuit de bezoeker: wat is zijn belang, de meerwaarde, etc.
- Verschillende doelgroepen behoeven verschillende teksten/argumenten.
- Vraag deelnemers van een vorig event een review te geven, of laat sprekers alvast iets blootleggen.

TIP: Print

Nynke Koppejan van Loyensloeff.com

'Print voor high end besloten events.'

Onverwachte tip: maak nieuwsgierig

Houd informatie achter...

Nieuwsgierigheid is een krachtige drijfveer. Daar kun je gebruik van maken in je uitnodigingstraject. Creëer bewust een mysterie. Geef niet alle informatie prijs.

Blijf anoniem...

Stuur een save-the-date zonder afzender. De officiële uitnodiging stuur je dan een week later.



TIP: Tell-a-friend

Edwin Hendriks - deRegistratiebalie

'Laat geregistreerde bezoekers andere bezoekers uitnodigen. Tell-a-friend.'

Aanzetten tot aanmelden

Een goede uitnodiging leidt tot aanmeldingen. Je moet het dus zo makkelijk mogelijk maken om direct aan te melden.

Ook de uiteindelijke aanmeldsite, waar gasten vanuit de uitnodiging terecht komen, moet één duidelijk hoofddoel hebben: aanmelden. Dus gooi potentiële bezoekers niet dood met overbodige informatie. Vaak stellen genodigden hun reactie uit, vooral als ze voor deelname moeten betalen. Je wilt voorkomen dat iedereen zich op het laatste moment aanmeldt, dat is heel onpraktisch bijvoorbeeld als je de aantallen voor de catering door moet geven. Je kunt de urgentie vergroten door te benadrukken dat het aantal plaatsen beperkt is, of met een early bird voordeel.

TIP: Verrassingsbezoek

Suzanne Stadhouders - Marketing en events bij AB Inbev Nederland

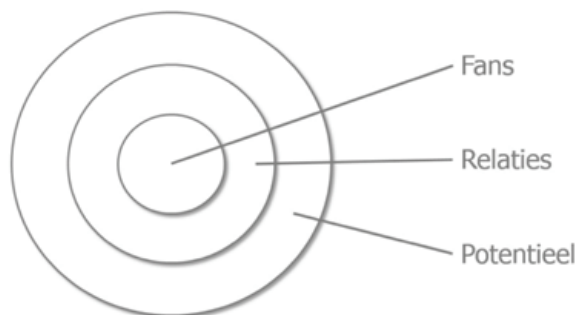
'Tijdje geleden onze Jupiler promodames persoonlijk langs laten gaan met een brief en een persoonlijke boodschap, was een internationaal event voor beperkte groep, werd zeer goed ontvangen!'



De levende uitnodiging!

Een acteur brengt een kort verrassingsbezoek en overhandigt een persoonlijke uitnodiging! Stuur bijvoorbeeld de Kerstman langs om al je collega's uit te nodigen voor de Kerstborrel. Zie www.acteurs.nl

Van fans en relaties naar potentieel



In dit plaatje zie je de verschillende cirkels van bereik voor je uitnodigingstraject:

De binnenste cirkel bestaat uit fans. Dat zijn de deelnemers die er altijd graag bij zijn. Je hoeft er weinig moeite voor te doen, zij komen graag.

De middelste cirkel bestaat uit relaties. Je beschikt over de contactgegevens van deze mensen. Je moet hen wel nog overtuigen, dat het de moeite loont om te komen.

De buitenste cirkel geeft het totale potentieel aan. Dit is de volledige doelgroep voor wie je evenement interessant kan zijn. Je hebt geen contactgegevens van de mensen in deze buitenste schil. Je kunt hen bereiken via de (vak)pers, via social media, via-via en via een webinar.

Publiciteit scoren

Wanneer je het volledige potentieel wilt bereiken voor je evenement, dan moet je de publiciteit opzoeken.

Het is lastig om de landelijke pers te halen. Maar in je eigen sector is je evenement al snel wereldnieuws. Maak daar gebruik van. Vertaal je bijeenkomst in een top-5 van tips. Schrijf er een kort artikeltje over, dat je aanlevert bij de vakmedia. Journalisten zijn dol op leuke content en plaatsen dat soort lijstjes graag. Als organisator lever je een kant en klaar artikel aan. Indien je congres gaat over klanttevredenheid dan schrijf je een lijstje met de beste tips om de klanttevredenheid te verbeteren. Uiteraard verwijst je in het stukje naar het evenement. Je kunt ook een webinar organiseren met één van de top sprekers uit je programma. Je geeft vooraf dus al inhoud weg aan belangstellenden. Wie meer wil, zal zich aanmelden om het evenement te bezoeken.

TIP: Niet te lang

Edwin Hendriks van deRegistratiebalie:

'Veel gemaakte fout:
lange e-mail berichten.
Wees kort en bondig!'

Onverwachte tip: mail oplossingen

In de aanhef mag de naam van je genodigde niet ontbreken. Er zijn verschillende oplossingen om email gepersonaliseerd te versturen:

GroupMail

Dit is een eenvoudig programma, waarbij je eenvoudig adreslijsten uit excel kunt invoegen. Je koopt de licentie en dan kun je de software onbeperkt gebruiken.

www.infacta.com

MailChimp

Dit is een online oplossing. Je hebt keuze uit verschillende standaardontwerpen voor je mailings. Je betaalt per verzonden mailtje.

www.mailchimp.com

Beland niet in de SPAM-box

Spam-filters kunnen soms onnavolgbaar zijn, maar bij het uitnodigen per mail moet de SPAM-box van de ontvanger omzeild worden. Een aantal tips om dit te voorkomen:

- Voorkom woorden en termen met een 'verkooplading'
- Foto's, video's, linkjes, een overschot zet menig SPAM-filter op scherp. Behoefte uw uitnodiging veel beeldmateriaal en online links, kies dan voor een apart document (PDF).
- Vermijd Engelse teksten in de onderwerpregel



Overtuigen met video

Gebruik videobeelden van de vorige editie. Een korte videoreportage werkt heel overtuigend. Een video in je uitnodigingsmail is erg lastig, zo niet onmogelijk. Plaats daarom het filmpje op bijvoorbeeld Youtube of Vimeo. Gebruik een afbeelding van het filmpje in je uitnodigingsmail en in je digitale uitnodiging. Monteer een 'playbutton' in het midden van de afbeelding. Wie er op klikt start het filmpje op Youtube/Vimeo. Het filmpje mag niet te lang duren, 90 seconde is voldoende. Je kunt ook een filmpje produceren voor het uitnodigingstraject. Pas op dat het geen gesproken brochure wordt. Pratende hoofden zijn niet interessant om naar te kijken. Er zijn veel invalshoeken, waarbij indien mogelijk ook hier het persoonlijk aanspreken wordt aanbevolen:

| | |
|-------------------|--|
| Netwerk-evenement | Breng een aantal sleutelfiguren in beeld. Zij vertellen dat zij het evenement zullen bezoeken. Hiervoor selecteer je een paar toppers / inkopers uit de branche. Deelnemers van wie je weet dat anderen er op af zullen komen. |
| Tips | Je kunt een paar vakgenoten vragen naar hun slimste inzicht binnen het thema van het evenement. Of je laat de sprekers alvast één goede tip geven. De rest van de inzichten volgt wanneer je het evenement bezoekt. |
| Humor | Ga de straat op en vraag willekeurige voorbijgangers naar hun mening over het onderwerp. Of vraag een reactie aan jonge kinderen. |

Voorbeelden van uitnodigingsfilmpjes vind je op:
www.congresfilmpjes.nl



Denk goed na over het gebruik van sociale media

Social Media zijn fantastisch: je kunt ze goed benutten om je evenement onder de aandacht te brengen. Maar let op, want het blind inzetten van de diverse kanalen, omdat toch iedereen op Twitter of Facebook zit, is bij zakelijke bijeenkomsten niet verstandig.

In de meeste gevallen behoeft het uitnodigingstraject van een zakelijk evenement een besloten omgeving. Is de inschrijving vrij, dan kunnen alle kanalen open.

LinkedIn

Op LinkedIn kun je op zoek gaan naar groepen, die aansluiten op je thema. Daar kun je een aankondiging plaatsen, maar je kunt ook groepsleden individueel een berichtje sturen. Naast het zoekvakje op LinkedIn staat een knopje 'advanced search' daar kun je heel gericht deelnemers scouten door bijvoorbeeld op organisatienaam en functie te zoeken.

Twitter

Gebruik Twitter om bezoekers uit te nodigen voor een presentatie die je organiseert op een vakbeurs. Bezoekers zoeken via de #hashtag van de beurs of er nog iets te beleven valt. Je aankondiging staat daar dus in de perfecte context. Agendeer vooraf tweets, die dan automatisch worden geplaatst. Dat kan met gratis tools als SocialOomph.com, Twuffer of Hootsuite.

Facebook

Op Facebook kun je aparte pagina's aanmaken voor evenementen. Houd er wel rekening mee dat de meeste gebruikers van Facebook dit medium gebruiken om privé contacten te onderhouden.

Webinar

Een webinar is een online seminar. Deelnemers hoeven zich niet te verplaatsen. Zij kunnen de uitzending volgen op hun computer of tablet. Een webinar biedt veel interactie en is heel laagdrempelig. Bijvoorbeeld: www.onlineseminar.nl

Vraag van Elze van WomenInc:

'Welke tijd is het handigst voor een webinar?'

Uit de praktijk blijkt dat rond lunchtijd goed werkt. Ook in de avond werkt vaak goed, dan kan iemand er rustig voor gaan zitten. Werk gerelateerd is het op de dag (bijvoorbeeld lunchtijd) of in de morgen een aanrader.

6 tips om de no show te beperken:

Bekijk eveneens het webinar terug: ga naar www.eventbranche.nl en zoek op 'webinar'



Tips van deelnemers aan het webinar:

SMS reminder

Altte Borsboom-Slobie van Rabobank:

'Stuur een reminder SMS op de dag zelf.'

Betaald

Bart Pluijms van Geev.nl:

'Wij adviseren vaak voor gratis evenementen toch een klein bedrag in rekening te brengen en hier dan iets voor terug te geven. Dat kan een kleine gadget zijn, een eerste oplage van het product dat je op het seminar wilt verkopen, deelname aan een persoonlijke workshop, of gewoon simpel een drankje.'

Boete

Claudia Alberda van Nazcai:

'Wellicht no show fee, maar dan koppelen aan een goed doel. Zodat de boete minder zwaar klinkt en je gelijk iets MVO's doet eigenlijk.'

Claudette Blaas van IBM:

'Mensen laten betalen als ze niet komen zonder af te melden.'

Ellen Opsteeg van ING Investment

Management laat een terecht geluid horen:

'Boetes zijn bij ons zo lastig, omdat het om klanten gaat. Hier worstelen wij altijd een beetje mee.' In dit laatste geval zou een bijdrage aan een goed doel een ander geluid zijn, dan 'een boete'.

Uitleggen

Marijke van Meeteren van

GEWOONMARIJKE

'Gasten hebben geen idee van kosten en al het werk voorafgaand aan een evenement. Geef dit kort aan en communiceer waarom je afmeldingen graag ontvangt ipv no show.'

Deze laatste tip werkt met de juiste toon goed bij gratis evenementen. Tot slot willen we daar bij aangeven, dat de drempel om correct af te melden daags voor het evenement, zo laag mogelijk moet zijn. Stuur met de reminder dus ook een button mee om simpel en op tijd alsnog af te kunnen melden.

Een laatste tip:

Een video die bovenstaande tip visueel maakt:
<http://youtu.be/btH6KlbLr4M>



Het juiste registratiebedrijf

Er zijn veel verschillende oplossingen beschikbaar. Laat je informeren over de mogelijkheden en de kosten. Dit zijn een aantal eigenschappen van een goed systeem:

Realtime inzage

Op elk moment wil je kunnen inloggen om te zien wie zich hebben aangemeld.

Export functie

De hele lijst moet je kunnen exporteren naar Excel. Op die manier kun je de gegevens makkelijk verder verwerken.

Templates

De gebruikersinterface en de bevestigingsmailtjes wil je zelf kunnen aanpassen. Bovendien wil je dat de vormgeving aansluit op je evenement.

Afmelden

Je bezoekers moeten zich ook eenvoudig kunnen afmelden.

Vooringevulde velden

Wanneer je genodigde een uitnodigingsmail ontvangt dan is het prettig dat alle bekende gegevens al ingevuld staan in het aanmeldformulier.

Berichten versturen

Soms kun je rechtstreeks vanuit het systeem een mailing versturen aan alle deelnemers. Bij andere systemen kun je dit doen vanuit een ander programma. Je moet dan eerst de deelnemerslijst exporteren naar Excel.

Keuzesessies

Wanneer je keuze biedt uit sessies dan moet men dit in het aanmeldformulier direct kunnen aangeven.

Badges

Kun je direct vanuit het systeem badges uitprinten? Soms moet je eerst de gegevens exporteren naar excel. Een mogelijkheid om direct te kunnen aanvullen en printen is erg prettig tijdens het evenement.

Afspraken

Een paar systemen bieden de mogelijkheid om 1-op-1 afspraken in te plannen.

Een paar oplossingen op een rij:

deRegistratiebalie

Zij leveren een compleet pakket van online tools voor, tijdens en na de deelnemersregistratie (van site en social media inzet, tot persoonlijke badges en het ontvangst op locatie).

www.deregistratiebalie.nl

Parthen Meeting Services

Deze aanbieder biedt zeer uitgebreide mogelijkheden en maatwerk in registratie. Zij kunnen het hele traject ondersteunen.

www.parthen.nl

EventAssist

Volledige en goed doordachte oplossing om je eigen eventensite te bouwen inclusief uitnodigingen en aanmeldsysteem.

www.eventassist.nl

Momice

Met deze tool maak je eenvoudig en voordelig je eigen eventsite inclusief (basic) registratiesysteem.

www.momice.com

Aanmelder

Een simpele en voordelige online tool: maak je eigen eventsite plus compleet registratiesysteem. Betaal per deelnemer.

www.aanmelder.nl

Etouches

Dit is een heel complete oplossing, die ook de mogelijkheid biedt om 1-op-1 afspraken tussen deelnemers en sponsors in te plannen.

www.etchouches.com

On-d-mand

Met de software van On-d-mand kunt u een onbeperkt aantal events tot in detail verzorgen. Van het aanmaken van eventwebsites en uitnodigen van gasten tot het placeren (indelen).

www.on-d-mand.com/events

Eventler

Eventler verzorgt online bezoekersregistratie voor alle type events. Via de Self Service Eventmanagers module worden tijd en kosten bespaard, omdat een event zelf aangemaakt en beheerd kan worden.

www.eventler.nl

Azavista

Creëer met een paar klikken en zonder technische kennis een professionele event website. Maak zelf registratieformulieren met de drag en drop interface van Azavista.

www.azavista.nl

Nog meer aanbieders,
aangedragen door de
kijkers van het webinar:

Halito.com
Eventbrite
Dejonckheere.nl
N200
Copernica
Congresso
Interaction
Evite

4 september 12.15 - 12.45 "Netwerken" Meld je aan
(met link naar: <https://www.onlineseminar.nl/livewebinars/webinar/4601/netwerken#>)



De Dag van het Evenement – 9 december

Een dag voor communicatie- en eventmanagers binnen het bedrijfsleven, overheid en andere organisaties. In de ochtend volgt u een congres waarbij de grote merken van Nederland aangeven hoe de kracht van live geïntegreerd kan worden in marketing- en communicatiestrategieën. 's Middags krijgt u een prachtige gratis lunch om vervolgens uw netwerk en aanbodkennis te vergroten op een creatieve en interactieve netwerkvloer, met vele tientallen aanbieders uit de live marketing en communicatie hoek. Opdrachtgevers van evenementen kunnen zich aanmelden voor gratis toegangskaarten voor de Dag van het Evenement.

www.dagvanhetevenement.nl

KIJK HET WEBINAR TERUG: <http://bit.ly/webinarterugkijken>

Live webinars voor organisatoren

Aaaaha! the Actor Factory en Eventbranche.nl produceren een serie live webinars voor organisatoren. Geen gesponsorde inhoud, maar objectieve tips en ideeën in een interactieve opzet. Het doel is om elkaar te inspireren om effectievere én leukere evenementen te organiseren.

Aaaaha! the Actor Factory BV voegt interactie en plezier toe aan uw evenement. Op basis van uw input produceren wij workshops, acties, theater en filmpjes. Ontdek de kracht van Live! Communicatie...

www.acteurs.nl

T 0800-ACTEURS
(0800-2283877)



Eventbranche.nl is het nieuwsplatform voor live communicatie en mice. Leden ontvangen een blad, nieuwsbrieven, inspiratiemagazines en uitnodigingen voor brancheborrels en –evenementen.

www.eventbranche.nl

T 0314-361060



Azavista is hoofdsponsor van dit webinar. Azavista biedt een complete software oplossingen voor organisatoren: deelnemersregistratie, rapportage tools, een event app, stroomlijnen van de inkoop en email marketing.



www.azavista.nl

T 020- 8464066