



Niks vergeten?
De ultieme checklist voor
een vlekkeloze organisatie
van uw event

Dus uw baas heeft u de taak gegeven om de volgende opendeurdag, klantenreceptie of productlancering te organiseren? Gemakkelijker gezegd dan gedaan. Want wat komt er eigenlijk allemaal kijken bij zo'n bedrijfsevenement? U mag er niet aan denken dat u iets vergeet. De cateraar, bijvoorbeeld, of erger nog: de uitnodigingen. Breekt het angstzweet u al uit? Geen paniek, want met deze lijst verloopt uw event op wieltjes. Check!

1. Bepaal uw doelgroep

Uw agenda puilt nu al uit, en dan krijgt u er nog de organisatie van hét bedrijfsevenement van het jaar bij? Nee, een topdag was het niet toen uw baas u deze opdracht vriendelijk doch kordaat gaf.

Maar wat moet dat moet. En dus begint u rond te bellen, cateraars te vergelijken en uitnodigingen te schrijven. Maar hiermee gaat u voorbij aan het eerste en belangrijkste item op onze lijst. Want voor u écht van start gaat, moet u weten waarom én voor wie u het allemaal doet.

U organiseert een bedrijfsevenement ofwel voor een interne doelgroep (uw collega's) of voor een externe (leveranciers, klanten, prospecten, ...). Die twee houdt u het best gescheiden. Organiseer dus liever geen bedrijfsevenement waar u zowel leveranciers als klanten laat opdraven. Hoewel ze allebei geïnteresseerd zijn in uw organisatie, hebben ze toch te weinig raakvlakken om er een geslaagde kruisbestuiving van te maken.

Heeft u nog vragen? Laat [hier](#) uw gegevens achter en krijg advies op maat.



Segmenteer uw doelgroep

Bepaal uw doelgroep zo nauwkeurig mogelijk. Zijn uw klanten, diensten en/of producten erg divers? Organiseer uw evenement dan voor een segment. Wilt u alleen topklanten op uw klantenreceptie of zijn ook de 'kleine garnalen' welkom? Het antwoord bepaalt in grote mate hoe het evenement er zal uitzien.

2. Zet uw doelstellingen op papier

Door over de waarom-vraag na te denken, dwingt u uzelf een strategie te kiezen. U hebt ook meteen een verantwoording klaar om eventuele kritische vragen van uw chef of collega's te beantwoorden met betrekking tot het budget (hierover meer in punt 3).

Enkele belangrijke doelstellingen zijn:

- Informatie, kennis en ervaringen uitwisselen, vergaren of overdragen
- Verkoop stimuleren
- Klanten bedanken of belonen
- Het imago versterken
- Klantenloyaliteit vergroten

Om er zeker van te zijn dat uw genodigden ook daadwerkelijk opdagen de dag van het evenement, moet u hen een goede reden geven. Bijvoorbeeld door hen een mooie korting te geven, een nieuw product te laten uittesten of (waarom niet) een lekker hapje te laten eten.



Elk evenement heeft zijn doelstellingen

Organiseert u een productlancering? Dan is het doel waarschijnlijk zo veel mogelijk geïnteresseerden lokken. Bij een opendeur- of koopjesdag wil u een zo groot mogelijke omzet realiseren. En organiseert u een klantenreceptie, dan wil u vast zo veel mogelijk contacten leggen. Zo heeft elk evenement zijn specifieke doelstellingen. Kies in elk geval meetbare én realistische doelen.



Heeft u nog vragen? Laat [hier](#) uw gegevens achter en krijg advies op maat.



3. Maak een realistische kostenraming

Wellicht heeft uw werkgever voor de organisatie van het evenement een (krap?) budget bepaald. Wil u aan het einde van de rit niet met een stevige financiële kater achterblijven, dan maakt u dus maar beter een gedetailleerde kostenraming. Daarin neemt u alle uitgaven op. Vergeet zeker de volgende zaken niet:

- huur materiaal
- catering
- Sabam-bijdrage (muziekrechten)
- btw
- vergunningen
- decoratie
- drukwerk
- EHBO/security
- schoonmaak
- vervoer
- verwarming
- verzekeringen

Het is heel moeilijk om een begroting tot op de cent nauwkeurig te berekenen. Er duiken altijd wel onvoorziene kosten op. Hou hiermee rekening en bouw een veiligheidsmarge in van ongeveer 10 procent.

Hoeveel kost de catering van uw klantenreceptie?

Wed nooit op één paard, maar vergelijk verschillende cateraars. Prijzen onderling kunnen heel erg verschillen. Weet u nu nog niet hoeveel mensen u mag verwachten, vraag dan een richtprijs of, nog beter: spreek een prijs per persoon af. Gaat u in zee met een cateraar die u nog niet kent? Eén zoekopdracht in Google en u weet meteen welk vlees u in de kuip hebt. Elk evenement zijn specifieke doelstellingen. Kies in elk geval meetbare én realistische doelen.

4. Selecteer uw professionele partners

De organisatie van een bedrijfsevenement is een groot karwei. U hoeft dan ook niet alles zelf te doen. Hebt u twee linkerhanden? Dan besteedt u de decoratie van de zaal beter uit aan een professional. Zo bent u zeker dat het werk goed gedaan is én u bespaart tijd.



Een klantendag organiseren? Volgende taken kunt u eenvoudig uitbesteden

Naast de vanzelfsprekende zaken die komen kijken bij de organisatie van een klantendag, zoals catering en winkeldecoratie, zijn er nog tal van andere taken die u eenvoudig door een externe leverancier kunt laten doen.

- drukwerk verzenden
- event marketing
- regie en productie
- geluid en belichting
- gasten ontvangen
- (kinder)animatie
- ...

5. Stel de lijst met genodigden samen

Stuurt u persoonlijke uitnodigingen naar alle genodigden? Begin dan op tijd met de samenstelling van de lijst. Iemand vergeten is uiteraard niet wenselijk. Maar ook schrijffouten (was het nu meneer Janssen of meneer Janssens?) of verkeerde aansprekingen (meneer of mevrouw?) zijn uit den boze. Check en dubbelcheck! Werkt u in een grotere organisatie, Laat uw lijst dan door verschillende handen gaan (HR, sales, management, ...) zodat u zeker niemand vergeet.

Een uitnodiging voor een productlancering? Hierop moet u letten

Een uitnodiging voor een productlancering moet in de eerste plaats overtuigend zijn. Hou rekening met de volgende zaken:

- Hou het kort.
- Verstuur de uitnodiging tijdig, zodat genodigden de datum kunnen blokkeren in hun agenda.
- Voeg een antwoordverzoek toe aan de uitnodiging.
- Bezorg een bevestigingsbrief of -mail bij toezegging.
- Bel genodigden op als ze twee weken voor de productlancering nog niet gereageerd hebben.



6. Plan het drukwerk

Bij een evenement komt altijd heel wat drukwerk kijken, zelfs al stuurt u alle uitnodigingen digitaal (wat we overigens niet aanbevelen). Hou er rekening mee dat er heel wat moet gebeuren alvorens de drukpersen aan het werk kunnen gaan (design kiezen, papiersoort en formaat selecteren, logo en lettertype bepalen, ...). Begin dus tijdig met de voorbereidingen.

Voor volgende zaken moet u zeker een beroep doen op een drukker:

- antwoordkaarten
- badges
- enquêteformulieren
- naamkaartjes
- menukaarten
- programmaboekjes
- posters
- servetten
- stickers
- ...

Aankondiging nieuwe collectie of koopjesperiode? Met drukwerk zet u uw event in de kijker

Uw nieuwe collectie of de start van de zomerkoopjes aankondigen? Dankzij drukwerk verspreidt het nieuws zich als een lopend vuurtje. Denk bijvoorbeeld aan flyers. Die kunt u uitdelen aan klanten, maar ook bussen in een straal van 2 kilometer rond uw winkel.

Posters binnen én buiten mogen uiteraard niet ontbreken. Maar wil u écht de aandacht van passanten trekken? Laat dan een aantal gepersonaliseerde vlaggen drukken die u voor uw etalage laat wapperen.

Heeft u nog vragen? Laat [hier](#) uw gegevens achter en krijg advies op maat.



7. Maak een draaiboek

U bent de organisator van het evenement, dus u bepaalt de regie: wat er gebeurt, wanneer iets gebeurt, en wie erbij betrokken is. Een draaiboek helpt u het overzicht te bewaren, ook als de stress om zich heen grijpt. Het draaiboek helpt u niet alleen de dag zelf, maar ook bij de voorbereiding van het evenement.

Uw draaiboek bevat 5 kolommen:

- tijd
- plaats
- activiteit
- verantwoordelijke en/of betrokken leverancier
- aantekeningen

Zo vult u per uur (of per minuut) in wat er op de planning staat de dag van het evenement. Achteraan voegt u ook een lijst toe van alle medewerkers en leveranciers (inclusief hun telefoonnummer). Collega's die u de dag zelf helpen, bezorgt u een kopie van het draaiboek. Leveranciers krijgen een beknopte versie.

U gaat een nieuwe zaak openen? Hier draait het om:

Het lanceringsevenement van uw nieuwe zaak moet een schot in de roos worden. Daarom bereidt u alles tot in de puntjes voor. Met een draaiboek laat u alvast niets aan het toeval over. Dit is wat u zeker moet opnemen:

- opsomming van alle zaken die u de dag van het evenement nog moet regelen
- aanwezigheid van medewerkers/leveranciers en wat ze moeten doen
- ontvangst eerste gasten
- hapjes en drank
- activiteiten en/of speeches
- afscheid en dank
- planning opkuis

U bent er klaar voor

Doorloopt u alle zaken die in deze checklist zijn opgesomd? Dan kunt u de grote dag met vertrouwen tegemoet zien. Heb er dus vertrouwen in én geniet!

Bent u er toch niet volledig gerust in? Download dan zeker ons e-book '**8 tips om van uw event een overrompelend marketingsucces te maken**'

[Download het e-book](#)

Heeft u nog vragen? Laat [hier](#) uw gegevens achter en krijg advies op maat.

