



VAN DER VALK
ONLINE

Van der Valk Online | Whitepaper

HOE ORGANISEER JE EEN SUCCESVOL HYBRIDE EVENEMENT?

WWW.VALKONLINE.COM

“ VOOR IEDEREEN DIE
SUCCESVOL EVENTS WIL
ORGANISEREN IS VAN
DER VALK ONLINE EEN
VEILIGE EN VERTROUWDE
START VOOR GASTVRIJE
HYBRIDE BIJeenKOMSTEN. ”



INHOUDSOPGAVE

Inleiding

Wat is een hybride evenement?

Voordelen van een hybride evenement

Wanneer zet u een hybride evenement in?

Offline programma vs. online programma

Succesfactoren voor een geslaagd hybride evenement

4 leuke ijsbrekers

Contactgegevens

U KUNT IEDER SOORT EVENEMENT OMBUIGEN
NAAR EEN HYBRIDE EVENEMENT. **DENK AAN:**

CONGRESSEN

BEURZEN

SEMINARS

PRODUCTPRESENTATIES

RELATIE-EVENEMENTEN

ROADSHOWS

TRAININGEN

DEALERDAGEN

KICK-OFF MEETINGS

INLEIDING

Met meer dan 85 jaar ervaring in hospitality weten we bij Van der Valk dat niets sterker is dan de kracht van een fysieke ontmoeting. En nu we elkaar in deze tijd minder kunnen ontmoeten, is het belangrijker dan ooit om - dan wel op andere wijze - duurzame relaties met uw collega's en klanten aan te gaan en te behouden. Om deze reden is het organiseren van hybride evenementen de perfecte oplossing voor uw volgende meeting of event. Een hybride evenement is namelijk een combinatie tussen een offline en een online evenement.

Interactie, beleving en gastvrijheid zijn de belangrijkste elementen van een offline event, maar dit is door middel van een hybride evenement ook allemaal online mogelijk. Dit brengt voor u nieuwe kansen met zich mee, want door uw evenement te combineren met een interactieve, online uitzending, zorgt u niet alleen voor een groter bereik, maar ook voor meer betrokkenheid van uw collega's en klanten. Maar wat houdt een hybride evenement exact in en wat is precies de meerwaarde? Wanneer kiest u ervoor en waar moet u op letten bij het organiseren van een hybride evenement?

Middels deze whitepaper helpen wij u deze nieuwe vorm van 'organiseren' effectief in te zetten bij uw eerstvolgende evenement. En met onze vele jaren ervaring in het organiseren van evenement, zorgen wij ervoor dat uw hybride evenement veilig, vertrouwd en tot in de puntjes geregeld wordt. Of het nu gaat om een congres, meeting, incentive of ander type event: wij maken het samen met u tot een hybride succes!



WAT IS EEN HYBRIDE EVENEMENT PRECIËS?

Een evenement dat zowel offline als online deelnemers en bezoekers kent is een hybride evenement. Organiseert u een congres en verzorgt u daar een livestream van een spreker ter plekke? En vindt er tegelijkertijd interactie plaats tussen de deelnemers thuis en op het fysieke evenement? Dan spreken we van een hybride evenement. U kunt ieder soort evenement ombuigen naar een hybride evenement: denk aan congressen, seminars, relatie-evenementen, trainingen, kick-off meetings, beurzen, productpresentaties, roadshows en dealerdagen. Velen vergelijken hybride evenementen met televisie kijken, maar er is een groot verschil; uw online gasten doen namelijk interactief mee door bijvoorbeeld live te chatten, deel te nemen aan een quiz of te participeren in een gezamenlijke brainstorm.

En als u een hybride evenement goed organiseert, kan het zelfs tot 20 keer meer bereik genereren dan een fysiek evenement. Maar waarom een hybride evenement in plaats van volledig online? Het antwoord is simpel: interactie. Bij een volledig online evenement is het niet mogelijk om interactie aan te gaan met de sprekers of andere deelnemers. Vaak voelen de online deelnemers zich hierdoor niet verbonden met het evenement en daardoor is de betrokkenheid bij een 100% online evenement vele malen lager.



'Waarom hybride in plaats van online? Het antwoord is simpel: **interactie.**

Bij een hybride evenement is het fysieke element gewoon aanwezig en hebben uw gasten of klanten die online meedoen het gevoel dat ze er volledig bij horen en voelen zich wél verbonden.

Als u impact wilt maken met een hybride evenement moet u dezelfde hoeveelheid zorg en aandacht investeren in het online programma als in het offline programma.

Geef de online deelnemers vanaf het begin het gevoel dat ze er net zo goed bij horen als de ter plekke aanwezige participanten. Neem hen serieus en help hen te interacteren door bijvoorbeeld gesprekken aan te moedigen.

STEL UZELF DE VRAAG: HOE KAN IK ONZE KLANTEN OF COLLEGA'S, ZOWEL TER PLAATSE ALS OP AFSTAND, BETER BETREKKEN BIJ ONZE ORGANISATIE EN BIJ DIT EVENEMENT?

Kijk vervolgens naar het soort hybride evenement dat u wilt organiseren:

Live vanaf uw evenement: uw evenement wordt live gestreamd met de mogelijkheid tot interactie met uw deelnemers op afstand.

Live vanaf uw evenement + online programma: alleen de hoogtepunten worden gestreamd, inclusief interactie met sprekers en uw gasten ter plekke.

Live vanaf meerdere locaties + online programma: deelnemers bevinden zich op meerdere locaties en volgen samen hetzelfde online programma, inclusief sprekers en uw gasten ter plekke.



VOORDELEN VAN EEN HYBRIDE EVENEMENT:

- 1.** Door het online aspect genereert u een vele malen groter bereik.
- 2.** Een nieuw publiek kan makkelijker kennismaken met uw bedrijf, product of dienst.
- 3.** Het is aantrekkelijk voor sponsors vanwege het grote bereik.
- 4.** Het is duurzaam, omdat niet al uw gasten hoeven te reizen.

OP WELK MOMENT ZET U EEN HYBRIDE EVENEMENT IN?

- Als de no-show bij een fysiek evenement normaliter hoog is.
- Als er deelnemers zijn die fysiek niet in staat zijn uw evenement bij te wonen. (Denk aan teveel reistijd of deelnemers uit het buitenland.)
- Als u online veel volgers heeft. (Denk aan uw social media, zoals Instagram, LinkedIn, Facebook of Twitter.)
- Als u deelnemers de mogelijkheid wilt geven om het evenement later terug te kunnen kijken.
- Als u de content van het evenement wilt inzetten voor toekomstige campagnes. (Dit is afhankelijk van uw doelstellingen.)

OFFLINE PROGRAMMA VS. ONLINE PROGRAMMA

Net als bij het offline programma wilt u ook tijdens het online programma de rode loper uitrollen voor uw deelnemers. U zult impact moeten maken om ervoor te zorgen dat deelnemers gemiddeld 3 uur blijven kijken. Dit betekent dat alle details moeten kloppen. De lichten, het geluid, de presentaties, de aankleding en inrichting van de zalen. Een online programma maken vergt een iets andere aanpak dan een offline programma.

Denk hierbij aan de volgende zaken:

- > Het uitnodigingstraject: maak het onderwerp extreem belangrijk en geef de online deelnemers het gevoel dat zij meer dan voldoende zorg en aandacht krijgen. Alleen dán zullen zij hun agenda's vrij houden.
- > Bij de registratie is het belangrijk om de livestream-link direct te communiceren en bij te voegen als u het agenda-item of uitnodiging uitstuurt. Vaak slaan deelnemers deze uitnodiging meteen op en pakken dit er pas weer bij zodra het hybride evenement bijna begint.
- > De timing van het uitnodigingstraject is bij een online programma net iets anders dan bij een offline programma. Bij een offline programma is dit gemiddeld 4 weken voorafgaand aan het evenement. Bij een online programma verstuurt men de uitnodiging gemiddeld 1,5 week van te voren. Dit komt doordat de deelnemers niet hoeven te reizen of te plannen en zelf en ook nog eens lastminute kunnen bepalen of ze deelnemen.
- > Welke beelden gebruikt u bij een online evenement? Het beeld voor online deelnemers ziet er heel anders uit dan bij een offline evenement. Probeer uzelf hiervoor te verplaatsen in de setup van een TV-programma waar meerdere sprekers aan tafel zitten. Wanneer blijft een kijker echt kijken? Als het onderwerp interessant is en als er dynamische beelden & close-ups zijn. Achter de schermen zijn hiervoor meestal regisseurs verantwoordelijk. Als het beeld goed is en het onderwerp interessant, dan zijn online deelnemers niet snel afgeleid.



- > Maar hoe zit het met eventuele breaks? Voor het online programma zijn deelnemers na 30 minuten toe aan een pauze. Deze pauze kunt u bijvoorbeeld gebruiken om sprekers te interviewen of u kunt een winactie programmeren. Dit is ook vaak te zien bij televisieprogramma's.
- > U zou ervoor kunnen kiezen om het online programma op te delen in verschillende onderwerpen zodat de deelnemers zelf kunnen bepalen welke onderdelen zij willen bekijken.
- > Organiseert u vaak evenementen waar workshops deel van uitmaken? Ook dit is in hybride vorm mogelijk. Met de juiste software kan een online deelnemer tijdens een workshop of brainstorm participeren, samen met de ter plekke aanwezige deelnemers. Hier is het belangrijk dat de communicatieregels vooraf duidelijk zijn en dat er 1 offline deelnemer verantwoordelijk is voor de regie tussen het online en het offline gedeelte van het event.
- > Een vraag die vaak wordt gesteld, is "Kan men ook netwerken tijdens hybride evenementen?" Het antwoord is 'ja'. Ook hiervoor heeft u de juiste software nodig, zoals (naam van onze software-partner), maar bovenal een goede spreker of gastheer die begrijpt hoe ontmoetingen gecreëerd worden: offline, online, maar ook wanneer sprake is van beiden.



SUCCESFACTOREN VOOR EEN GESLAAGD HYBRIDE EVENEMENT:

- 1.** Creëer dynamische beelden door middel van het inzetten van meerdere camera's zodat de deelnemers letterlijk geboeid blijven.
- 2.** Maak het online programma interactief, zodat de deelnemers mee kunnen doen met het offline programma. Denk bijvoorbeeld aan een chatfunctie, een poll, een quiz of gezamenlijke brainstorm.
- 3.** Kies een duidelijk onderwerp dat de online deelnemers aanspreekt. Zo trekt u misschien kijkers die u nog niet kent, wat een mooie kans is voor new business of groei kan betekenen van uw naamsbekendheid.
- 4.** Plan regelmatig pauzemomenten in waar men bijvoorbeeld een prijs kan winnen.
- 5.** Maak aantrekkelijke content voor zowel uw offline als uw online programma.

4 LEUKE IJSBREKERS

Net als bij een offline evenement zoekt u misschien manieren om het ijs te breken om uw deelnemers wakker te schudden, aan te zetten tot nadenken of met elkaar in contact te laten komen. Elk evenement kent haar opstartfase; zo ook hybride evenementen. De volgende ijsbrekers dragen bij aan een leuke start van uw hybride evenement:



1. Waar komen uw collega's of klanten vandaan?

Heeft u collega's of klanten die meekijken uit het hele land of misschien wel internationaal? Dan kunt u met een 'word cloud' de vraag stellen aan de online deelnemers waarvandaan zij kijken en meedoen. Op het scherm komt een collage tevoorschijn met verschillende plaatsnamen. Hoe meer locaties, des te groter de impact.



2. Een portretfoto van offline en online deelnemers

Maak een portretfoto van alle online deelnemers inclusief een foto waar het offline publiek op te zien is. Een leuke start om saamhorigheid te creëren tussen de online en offline deelnemers.



3. Start met een quiz

Zet een quiz op met 2 of 3 vragen waar zowel online als offline deelnemers aan kunnen deelnemen. Denk aan vragen zoals: Waar komt onze bedrijfsnaam vandaan? Wat was de originele kleur van ons logo? Hoeveel kinderen hebben onze medewerkers in totaal?



4. Geef een compliment

Met een 'word cloud' kunt u ook iemand complimenten geven voor een bepaalde prestatie. Vraag het publiek wie hun absolute held is binnen het bedrijf of project. Op het scherm verschijnt dan een collage van namen. De naam die het meest wordt gekozen, wordt dan uitgelicht.



VAN DER VALK
ONLINE

WIJ STAAN VOOR U KLAAR

Heeft u vragen over hybride evenementen
of wilt u een hybride evenement organiseren?

Onze professionele collega's kennen elke locatie van
binnen en buiten en kunnen u adviseren welke locatie
het beste bij uw toekomstige hybride evenement past.

NEEM VRIJBLIJVEND CONTACT OP

info@valkonline.com

www.valkonline.com

