



8

vuistregels voor een succesvol congres



Bereid je goed voor

Voor het organiseren van een congres moet er veel voorbereid worden: het regelen van de congreslocatie, een aantrekkelijk programma samenstellen, deelnemers uitnodigen, nadenken over de catering en ga zo maar door. Het organiseren van een goed en succesvol congres vergt aandacht, tijd, inspanning en een goede voorbereiding. Het kost gemiddeld zo'n zes tot twaalf maanden voorbereiding. Begin dus op tijd.



Vaak wordt vergeten dat de doelstelling van het evenement het allerbelangrijkst is. Denk van te voren goed na over je doelgroep is het thema.

Het organiseren van een congres kost veel tijd. Vaak komt het organiseren van een congres op het bordje van de secretaresse of officemanager. Hierbij wordt vergeten dat het organiseren van een congres bijna een dagtaak is.

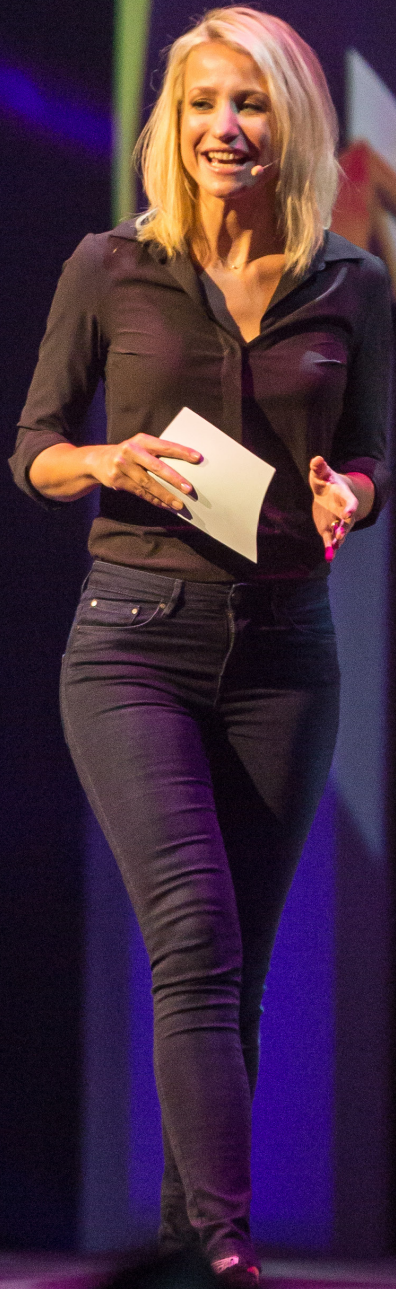
*/// Organiseer je een congres voor meer dan 100 personen?
Dan zou ik adviseren om een officieel congresbureau in de hand te nemen.*

Erika Pater, senior congresorganisator



Maak een projectplan

'I love it when a plan
comes together'



Maak een projectplan

Een succesvol evenement valt of staat met een goed projectplan.
Zonder plan aan een project beginnen, is hetzelfde als zonder kaart op reis gaan.
Uiteindelijk kom je er wel, maar het kost je onnodig veel tijd en geld.
Een projectplan bevat verschillende onderdelen.

Planning

Maak een planning om te bepalen wat, wanneer en door wie er wat opgeleverd moet worden.

Organisatieteam

Waar bestaat het organisatieteam uit? Zorg ervoor dat het duidelijk is wie waar verantwoordelijk voor is. Door te werken in een team werk je efficiënter en is het - niet onbelangrijk - leuker om een congres te organiseren. Denk goed na over de wijze waarop professionals van de congreslocatie betrokken kunnen worden in jouw eigen organisatieteam. Mogelijk schuiven zij (online) op regelmatige basis aan bij jouw projectoverleggen..

Projectmiddelen

Bepaal wat je nodig hebt (middelen, personeel, budget, tijd) om de doelen van het project te behalen en een geslaagd resultaat te leveren.

Begroting

Maak een begroting met hierin alle kosten die worden gemaakt voor het organiseren van een congres. Vergeet niet 10% onvoorziene kosten op te nemen.



Kies een geschikte datum

Logisch, maar een belangrijke stap.

Houd bij het vaststellen van de datum rekening met de doelgroep (concurrerende events), schoolvakanties, feestdagen en andere (interne) evenementen. Bij het organiseren van een meerdaags en/of internationaal congres is dit uiteraard een nog complexere taak.

Wanneer je aantal mogelijke data hebt vastgesteld is het verstandig meteen de beschikbaarheid van de gewenste locatie te controleren.



Vind een geschikte locatie

Het bepalen van de locatie is essentieel. Denk bij het kiezen van de locatie aan de volgende onderdelen en begin op tijd met het vastleggen van je locatie.

Bij grote, meerdaagse en terugkerende congressen speelt de plaats/stad ook een grote rol. Een aantrekkelijk stadscentrum met voldoende uitgaans- en overnachtingsmogelijkheden is extra aantrekkelijk voor je deelnemers en sprekers.



Aandachtspunten locatie

- **Past de congreslocatie bij je doelgroep?**
Daarbij denk je bijvoorbeeld aan leeftijd, mobiliteit en interesses.
- **Beschikt de congreslocatie over de benodigde faciliteiten?**
Besteed extra aandacht aan de catering en technische faciliteiten. Voor veel bezoekers is onderling netwerken overigens het belangrijkste onderdeel van een congres. Zoek daarom een congreslocatie die onderling contact optimaal faciliteert.
- **Heeft de congreslocatie voldoende capaciteit?**
Denk, naast de plenaire capaciteit, ook aan voldoende workshopruimtes.
- **Hoe is het openbaar vervoer rondom de congreslocatie?**
Zijn er bus- of treinstations op loopafstand van de accommodatie?
- **Zijn er overnachtingsmogelijkheden (in de buurt)?**
Check de kwaliteit en kwantiteit van hotels in de omgeving
- **Zijn er voldoende parkeerplaatsen?**
Controleer de parkeercapaciteit in de directe nabijheid
- **Heeft de locatie ervaring met het organiseren van congressen?**
Een goed team met congreservaring ontzorgt proactief en anticipeert op mogelijke knelpunten rond de operatie. Een geruststellend gevoel, juist wanneer de drukte op zijn piek is.

Selecteer je leveranciers zorgvuldig

Naast een evenementenlocatie heb je ook te maken met externe leveranciers. Denk aan cateraars, standbouwers, technici of andere specialisten. Zorg ervoor dat je deze zaken zo vroegtijdig en zo inzichtelijk mogelijk geregeld en afgestemd hebt.

Tip: vraag de evenementenlocatie om hulp. Ze hebben veel kennis en ervaring, kennen de lokale markt en werken vaak samen met preferred suppliers.





Aandacht voor je programma

Goede sprekers zijn vaak het hoogtepunt van het evenement. Sta voordat je een keuze voor een spreker maakt nog even stil bij het doel van het evenement. Past hij/zij bij het congres en bij de doelgroep?

Een spreker met autoriteit in het vakgebied geeft je congres meer geloofwaardigheid. Denk ook aan je budget. Kan je de spreker(s) betalen? Nodig vervolgens de spreker(s) uit op de gewenste datum.



Houdt je bezoekers geboeid

Een congresbezoeker krijgt meestal veel informatie te verwerken in korte tijd.

Variatie en inspiratie in het programma is essentieel. Kies naast lezingen bijvoorbeeld ook voor video, workshops, muziek, entertainers en break-out sessies. Stem de invulling van het congresprogramma af met de eventmanagers van de congreslocatie. De meeste eventlocaties bieden een verscheidenheid aan mogelijkheden wat betreft catering, technische ondersteuning en andere zaken voor een geslaagd congres.

Tip: Bewaar interessante sprekers tot het einde. Dit vergroot de kans om bezoekers ook tot het einde te laten blijven.

Communicatie en marketing

Het programma is rond, de locatie is bekend en de datum staat met uitroeptekens in je agenda. Het is tijd om het congres bekend te maken aan je doelgroep. Hoe ga je dit doen, wat ga je doen en wanneer ga je dit doen?

// Bij het organiseren van een congres zijn er misschien bijkomstigheden waar je zelf minder ervaren mee bent, bijvoorbeeld de marketing en communicatie. Als je iets doet, doe het goed. Durf er een expert bij te halen die je kan vertellen en laten zien hoe hij of zij dit aan zou pakken. Daar leer je ontzettend veel van!

Annerie Knol - marketingmanager



Aandachtspunten in het communicatie- en marketingtraject

- Bepaal welke uitstraling je wilt creëren door middel van een huisstijl
- Zorg voor een professionele website en sociale media kanalen
- Promoot je congres. Wees zichtbaar op relevante plekken (fysiek en online)

Uitnodigingen

- Stel mailinglijst(en) op
- Denk na over wanneer je de uitnodiging (en eventueel een save the date / reminder) wilt versturen
- Stuur na het congres een bedank briefje/mail aan de sprekers en leveranciers

Tip voor een hoge opkomst: benoem de voordelen van aanwezigheid op het congres in de uitnodiging. Het ligt voor de hand, maar wordt vaak vergeten.

Registratie en administratie

- Maak een registratiesite of maak gebruik van de site van de congreslocatie
- Denk na over de deelnemersregistratie: bepaal hoe de ontvangst verloopt van de deelnemers, maar ook van sprekers, exposanten en andere betrokkenen
- Houd je financiële administratie goed bij
- Verstuur na het congres je facturen



Be in control

Maandenlange voorbereidingen komen tot een einde. Het congres gaat bijna plaatsvinden. Alles is tot in de puntjes voorbereid. Maar onthoud ook dat er bijna altijd dingen misgaan.

/// Sommige zaken lopen soms anders dan gehoopt, ondanks een geweldige voorbereiding. Je hebt overal over nagedacht en alle mogelijke problemen zijn 'getackeld'. Toch kan het net even anders lopen tijdens de opbouw of uitvoering. Sta hier niet te lang bij stil. De bezoeker heeft het vaak helemaal niet door. Alleen jij als op- drachtgever weet hier vanaf''.

Mario Oomkens - senior eventmanager



Denk aan de volgende punten in de laatste voorbereiding van je evenement

Voorafgaand aan het congres

- Stel een actielijst samen
- Maak een dag draaiboek
- Check de techniek en faciliteiten

Tijdens het congres

- Regel on-site management, iemand die de regie in handen heeft
- Zorg voor een goede briefing vooraf
- Zorg voor één persoon die fungeert als aanspreekpunt voor alle leveranciers
- Zorg voor gastheren/-vrouwen

Na het congres

- Extern: onderzoek de ervaring van de deelnemers en leveranciers
- Intern: plan een afspraak in met de organisatie om verbeterpunten te achterhalen
- Stel een financieel eindverslag op

Ben je er klaar voor om jouw congres te organiseren?

Je weet nu wat de stappen zijn. Wil je meer weten?

Of ben je nieuwsgierig naar de mogelijkheden in Martiniplaza? We denken graag met je mee.

Neem vrijblijvend contact op via sales@martiniplaza.nl