

8

stappen voor het organiseren van een succesvolle beurs



Bepaal je doelgroep en doelstellingen

Of je nu een event organiseert, een product in de markt zet of een nieuwe website lanceert: het succes valt of staat met jouw feeling met het publiek. Weet jij wat er speelt bij jouw doelgroep? En weet je waar jouw bezoekers behoefte aan hebben? Het bepalen van je doelgroep en je doelstellingen zijn dan ook de belangrijkste stappen om te zetten bij een beurs of evenement plannen.



De doelgroep bepalen

Voor je begint met het organiseren van een evenement, festival of beurs is het belangrijk om jouw publiek helder voor ogen te krijgen. Wie is jouw doelgroep en hoe kun je deze mensen aanspreken? Het evenement moet tenslotte aansluiten op de wensen van de doelgroep en met deze mensen in gedachten is het eenvoudiger om de stands, catering, locatie, muziek en deelnemers in te plannen.

“Onze gouden tip voor het organiseren van een beurs is: houd rekening met je doelgroep. Bij het organiseren van een beurs is het belangrijk om te onthouden dat je met twee verschillende doelgroepen te maken hebt; de deelnemers en de bezoekers van de beurs. Voor beide doelgroepen moet duidelijk zijn welke doelen zij hebben en voor jou als organisator is het belangrijk voor ogen te hebben hoe jij ze gaat begeleiden.”

- Michel Elzinga, organisator van de beurs Promotiedagen

Creër doelstellingen

Naast een duidelijke doelgroep is het ook essentieel om heldere doelstellingen voor ogen te hebben. Wat wil je bereiken met jouw beurs of evenement? Wil je mensen binnen een branche met elkaar in contact brengen? Bezoekers entertainen en een buzz creëren? Of wil je juist awareness creëren voor een specifiek doel of merk?

Met duidelijke doelen wordt het eenvoudiger om vergunningen aan te vragen, de aankleding van de locatie te regelen, de optredens, sprekers en sponsoring te verzorgen en te adverteren. Bovendien kun je met heldere doelen nog beter jouw specifieke doelgroep bepalen.

Bepaal het budget

Elke beurs brengt kosten met zich mee, maar de hoogte van de kosten is afhankelijk van diverse factoren. Onder andere de schaal van het evenement, de kosten voor een eventuele eventplanner, de kosten voor de locatie en de activiteiten, het personeel en andere betrokkenen bij de beurs bepalen het uiteindelijke kostenplaatje. Zorg dat je al deze factoren helder voor ogen hebt voordat je stappen gaat zetten richting het plannen en organiseren van het evenement. Met een duidelijk budget is het makkelijker om tot actie over te gaan en voorkom je dat je voor financiële uitdagingen of verrassingen komt te staan.





Vind de juiste locatie voor het organiseren van de beurs

De locatie van jouw beurs of evenement is erg belangrijk voor het succes van het event. Het is bepalend voor de bereikbaarheid van jouw beurs, maar de locatie zelf zegt ook veel over het type evenement en de sfeer ter plaatse. Kies jouw locatie dus zorgvuldig.



Bereikbaarheid

Idealiter kies je voor een locatie met goede bereikbaarheid. Sommige bezoekers komen met het openbaar vervoer. Het moet dus goed mogelijk zijn om de locatie te bereiken per trein, bus of ov-fiets. Zorg voor voldoende parkeergelegenheid voor de bezoekers die met de auto komen.

Een passende locatie

Niet zomaar elke locatie is geschikt voor jouw beurs. Een groot evenement heeft logischerwijze een ander type locatie nodig dan een kleinschalige beurs. Maar denk ook na over de uitstraling van de locatie. Past de locatie bij de sfeer en uitstraling die jij wilt creëren voor jouw evenement? Bezoek diverse locaties en vraag om een rondleiding. Zo krijg je een goede indruk van wat de locatie te bieden heeft. Je kunt je ook laten inspireren door andere evenementen en populaire locaties.

// Als er sprake is van een grote evenementenlocatie vindt de beurs vaak in verschillende ruimten plaats. Werk met een thema om verschillende ruimten bij elkaar te betrekken.

Linda Geensen, senior eventmanager Martiniplaza



Toegankelijkheid

Natuurlijk wil je dat iedereen zich welkom voelt bij jouw beurs of evenement. Om de daad bij het woord te voegen is het belangrijk om de locatie zo toegankelijk mogelijk te maken voor een divers publiek. Denk bijvoorbeeld goed na over de toegankelijkheid van de entree. Kunnen mensen die slecht ter been zijn, in een rolstoel zitten of een kinderwagen meenemen makkelijk binnenkomen? En zijn de toiletten op de locatie toegankelijk voor iedereen en beschikken ze over alle benodigde voorzieningen?

// Ken je doelgroep! Tijdens Huisje Boompje Baby bezoeken veel zwangere dames en jonge ouders de beurs. Voldoende zitgelegenheid, rolstoelen, verschoon- en kolfruimtes zijn dan een must!

Lyse Koldijk, projectleider Huisje Boompje Baby



4 Stel het programma samen

Bij de start van de organisatie is het aan te raden om ook te beginnen met het samenstellen van je programma. Een mooie locatie en goede catering blijken uit onderzoek geen doorslaggevende factoren te zijn voor mensen om langs te komen. Denk na over wat je wil bereiken met de beurs en in welke vorm je de beurs gaat aanbieden (stands, bijeenkomsten, presentaties, borrels). Het programma is van grote invloed op de zaken die nog geregeld moeten worden en de kosten die daarbij komen kijken.



Je kunt jezelf hierbij vragen stellen als:

- Met welk gevoel moeten bezoekers naar buiten lopen?
- Welke onderwerpen passen nog meer bij het product/dienst van de beurs?
- Bestaat je beurs uit stands met deelnemers of zijn er ook side-events zoals presentaties, workshops en (netwerk)borrels?
- Beleef je de beurs alleen op locatie of zijn er online ook mogelijkheden?

// De Promotiedagen is een brede beurs en heeft raakvlakken met bijna alle branches. Door iedere editie te kijken naar de belangrijkste trends en ontwikkelingen kan de Promotiedagen hier positief op inhaken met onder andere het organiseren van inspirerende presentaties en sessies. Netwerken is een belangrijk bezoeks-motief van onze beursgangers. Wij faciliteren hier ruim in door het organiseren van (netwerk)borrels.

Michel Elzinga, organisator van de Promotiedagen





Stel een betrouwbaar team samen

Met een heldere doelgroep, effectieve doelstellingen en een locatie in gedachten wordt het tijd om echt tot actie over te gaan. Stel een betrouwbaar team samen dat in aanloop naar de grote dag (of dagen) effectief kan samenwerken, maar ook op de dag zelf aanwezig is om alles in goede banen te leiden. Er moet een draaiboek komen om alle belangrijke informatie te delen en alle neuzen dezelfde kant op te laten wijzen.



Het beste team voor een goed georganiseerd event bestaat uit diverse mensen die elkaar goed aanvullen en effectief samenwerken. Zorg dat iedereen zijn of haar eigen expertise heeft. Zo vullen jullie elkaar goed aan, wordt niets vergeten en worden de taken gelijkmatig verdeeld.

Beschik je niet over een uitgebreid team om dit te organiseren? Dan kun je als organisator zeker baat hebben bij een betrouwbare organisatie die ondersteuning en knowhow kan bieden bij het organiseren van een beurs of event. Zo krijg je praktische informatie en ondersteuning waar dit nodig is en sta je er als organisator niet alleen voor.

// Sociale media en content creatie is niet mijn sterkste kant. Door hulp in te schakelen van een extern marketingbureau, hoef ik niet na te denken over de sociale media strategie en uitvoering hiervan. Hierdoor kan ik mij focussen op de zaken waar ik goed in ben.

Lyse Koldijk, projectleider Huisje Boompje Baby







Effectieve marketing voor jouw beurs

Het succes van een beurs is uiteraard mede afhankelijk van de publiciteit en marketing. De organisator zal alles op alles moeten zetten om het evenement of de beurs onder de aandacht te brengen. Maar hoe pak je dit aan en hoe trek je gasten aan?



De doelgroep bereiken

Aan het begin van jouw evenement heb je de doelgroep van jouw beurs of event vastgesteld. Het is belangrijk om te weten hoe je dit specifieke publiek kunt bereiken. Social media is hiervoor een fantastisch middel. Vrijwel iedereen is tegenwoordig actief op social media, al verschilt de online aanwezigheid wel per generatie en doelgroep.

Wil je voornamelijk een zakelijke doelgroep aanspreken? Dan zijn LinkedIn, e-mail en Twitter handige kanalen om een beurs of bedrijfsevenement onder de aandacht te brengen bij de juiste mensen. Wil je een jongere doelgroep bereiken voor een festival of event? Dan boek je meer succes op Instagram, Facebook en TikTok. Natuurlijk kun je ook gebruikmaken van e-mailmarketing, flyers, advertenties in lokale media en posters om te adverteren. En vergeet niet om een website te maken voor jouw event, of gebruik te maken van de website van de venue. Hier kunnen mensen terecht voor meer informatie, zoals de prijs, de locatie, de datum en tijden, de activiteiten, de aanwezige stands, sprekers, catering en tenten en meer praktische informatie. Door op deze website mensen de mogelijkheid te geven zich in te schrijven heb je bovendien goed zicht op het verwachte aantal gasten en weet je of er voldoende bezoekers worden verwacht.

Bepaal de gewenste klantreis

Een klantreis staat voor alle ervaringen die een bezoeker doormaakt tijdens alle mogelijke contactmomenten met het bedrijf. Visualiseer de beurs en bedenk wat de gewenste ervaringen zijn op verschillende momenten. Denk aan het kopen van een kaartje, parkeren, de looproute op de beurs, piek- en daltijden, aankleding van de locatie en cateringmogelijkheden.



Bezoekers vinden het fijn als duidelijk staat aangegeven wat waar te vinden is. Maak de bewegwijzering zo duidelijk mogelijk met behulp van borden, stickers, schermen of vlaggen.

Linda Geensen, senior eventmanager Martiniplaza

Voor standhouders is de looproute belangrijk. Een beurs is voor hen een effectieve manier om hun doelgroep kennis te laten maken met hun product of dienst. Zij willen graag dat zoveel mogelijk bezoekers hun stand bezoeken. Een goede looproute biedt uitkomst om de verschillende standhouders een goede plek te geven.

Bedenk van te voren wat de looproute is. Kies je voor eenrichtingsverkeer of laat je bezoekers 'vrij' rondlopen? Tijdens het Huisje Boompje Baby event wilde ik graag een ontspannen sfeer creëren. Vrij rondlopen past dus het beste bij deze beurs. Tip: alle mogelijke looproutes verkennen en overal duidelijke signing plaatsen/ophangen. Mensen mogen dwalen, maar niet verdwalen. Op de dag zelf is het belangrijk dat jij als organisator aanwezig bent op de locatie. Zo kun je met eigen ogen zien of alles op rolletjes loopt en ben jij het eerste aanspreekpunt van de deelnemers en de bezoekers. Mocht er ter plekke iets niet goed gaan? Dan kun je direct ingrijpen.

Lyse Koldijk, projectleider Huisje Boompje Baby

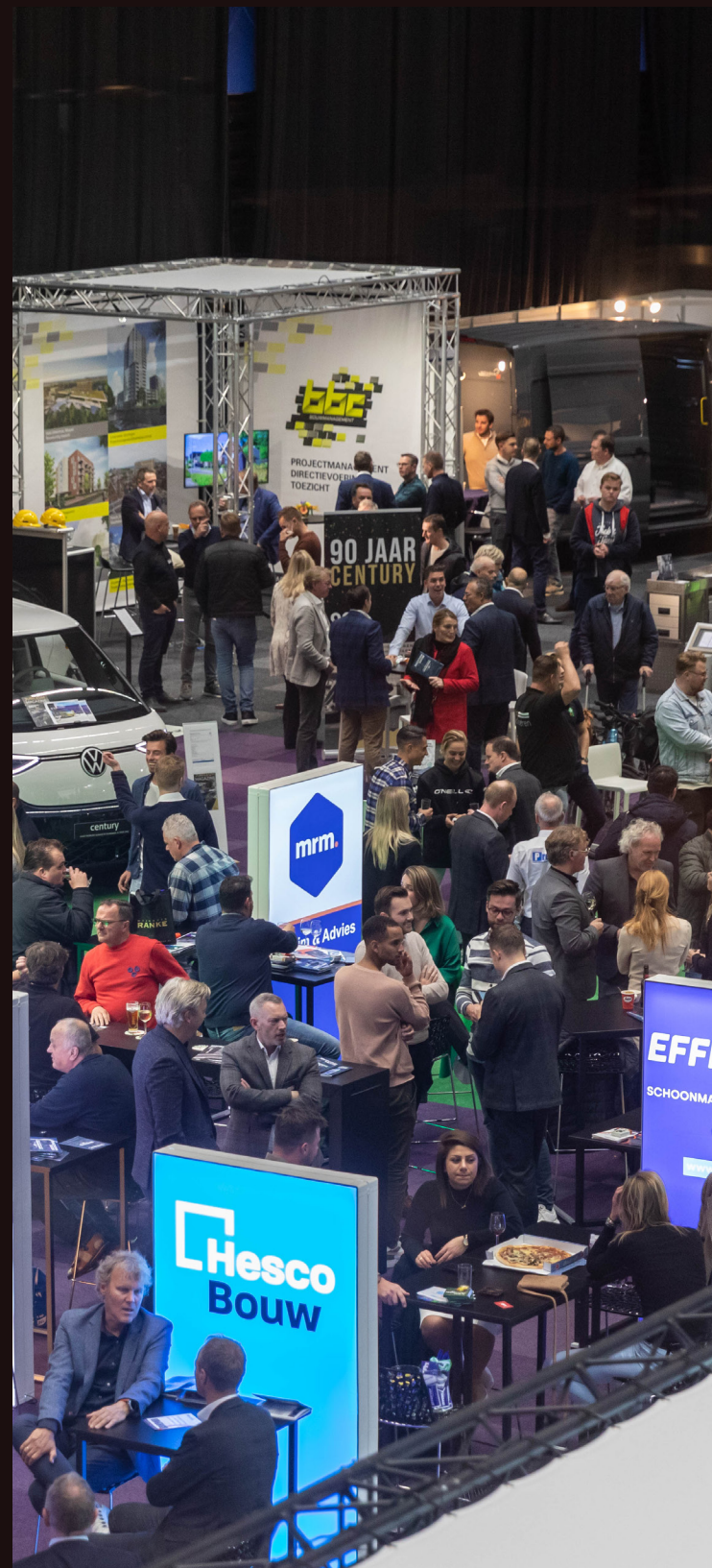
Gaat het toch niet zoals gepland? Bezoekers hebben het vaak niet in de gaten. Mocht er een probleem zijn, eventmanagers hebben ruime ervaring en weten met hun expertise het eventuele probleem snel te verhelpen.

Marcel Bos, senior eventmanager Martiniplaza



Activiteiten na het evenement

Natuurlijk mag het bedanken van de gasten en aanwezigen niet ontbreken na afloop. Afhankelijk van de grootte van evenementen kun je de aanwezigen of genodigden een persoonlijk bedankje sturen in de vorm van een kaartje of via social media of e-mail een algemeen dankbericht uitsturen. Goodiebags of kaartjes uitdelen na afloop van het evenement is ook een goed idee.



“ Bedank ook betrokken stakeholders en de locatie waar de beurs heeft plaatsgevonden. Zonder hen was jouw beurs niet mogelijk geweest. ”
Mario Oomkens, senior eventmanager Martiniplaza

Jouw werkzaamheden zijn na afloop van de beurs natuurlijk niet voorbij. Na de gebeurtenis is het tijd om te evalueren. Wat ging er goed en wat ging er juist niet zo soepel? Door snel na het event de zaken te evalueren kun je waardevolle lessen leren voor een volgende keer.

“ Last but not least. Vier successen! Je hebt maanden gewerkt aan de voorbereidingen van de beurs. Proost gezamenlijk na afloop van de beurs en vier samen met het team de beursdagen. ”
Martijn Koekoek, eventmanager Martiniplaza

Wil je meer weten over het organiseren van een beurs? Of ben je nieuwsgierig naar de mogelijkheden in Martiniplaza? Hartstikke leuk! We denken graag met je mee. Neem vrijblijvend contact op via sales@martiniplaza.nl.