



MEMORABELE EVENTS CREËREN MET KLEUREN, TONEN EN SMAKEN

# JAARBEURS MEETINGMOODS FILOSOFIE

Op het gebied van (zakelijke) events is bij Jaarbeurs veel mogelijk, aangezien werkelijk alles in huis is om te voorzien in welke behoefte dan ook. Maar Jaarbeurs zou Jaarbeurs niet zijn als er niet ook nog een paar stappen verder werd nagedacht over wat er nog meer kan bijdragen aan een succesvol zakelijk evenement of vergadering. Daarom ontwikkelde Jaarbeurs de Meetingmoods Filosofie: hoe kan het gebruik van de juiste kleuren, tonen en smaken bijdragen aan het behalen van de doelstellingen van jouw evenement?

'Prikkel je zintuigen voor een memorabel event!' Het zou kunnen overkomen als een marketingkreet waarvan er zoveel zijn, maar wie zich verdiept in de Meetingmoods Filosofie die is ontwikkeld door Jaarbeurs, zal zien dat hier serieus over is nagedacht. Sterker nog, menigeen zal zich zelfs afvragen waarom hij of zij zélf niet op het idee gekomen is, want eigenlijk is het zo logisch als wat. Of je doelstelling nou kennis delen, motiveren, teambuilding, draagvlak creëren, relatiebeheer of het uitdragen je bedrijfsimago is, om je evenement succesvol te laten zijn, is het belangrijk om de juiste zintuigen te prikkelen. Iets zien, horen, ruiken, proeven en voelen blijkt een krachtig middel om de doelstellingen te verwezenlijken en een memorabel event te creëren dat niet snel vergeten wordt.

## RELATIEBEHEER

Is relatiebeheer de doelstelling van je bijeenkomst? Heb je een netwerkevenement gepland waarbij waardering en het gesprek met elkaar centraal moeten staan? Denk dan qua kleur vooral geel! Geel blijkt goed te zijn voor concentratie en mentale activiteiten en laat de omgeving aanvoelen als een warme deken.

In gele kleding zie je er energiek uit en de kleur kan warm en flatteus overkomen. Wil je succes, luxe en exclusiviteit uitstralen? Ga dan voor goudgeel. Let wel op, geel werkt namelijk ook eetlust verhogend. Zorg dus voor voldoende hapjes, bij voorkeur zachte, romige petit-fours bij de koffie.

## IMAGO

Imago dan. Oftewel, een evenement waarbij jij, je product of bedrijf centraal staat. Paars blijkt dan zeer geschikt te zijn. Het straalt luxe, waarheid, wijsheid en rijkdom uit en draagt bij aan het succes van bijvoorbeeld een productpresentatie, pitch, awarduitreiking of diner. Zorg wel voor passend eten. Uitzonderlijke hapjes, uiteraard ook paars gekleurd. Denk bijvoorbeeld aan truffelaardappel, vijgen, aubergine of paarse asperges. Apart, luxueus en nog gezond ook. Goed voor het imago dus!

## KENNIS DELEN

De kleur blauw blijkt met name handig bij bijvoorbeeld een wetenschappelijke conferentie of een training waarbij stevig



nagedacht moet worden. Blauw voedt namelijk de intuïtie en wakkert de oplettendheid bij aanwezigen aan. Blauwe kleding komt bovendien zakelijk en professioneel over. Dat geldt overigens met name voor koningsblauw en marineblauw. Verfrissend water en licht vezelrijk eten dragen verder bij aan het behalen van de doelstelling.

### MOTIVEREN

Een spannende kick-off of pitch? Ga dan voor rood. Die kleur stimuleert namelijk de hartslag en bloeddruk en zorgt voor focus en energie, precies wat nodig is dus. Rode kleding zorgt ervoor dat je krachtig en vol zelfvertrouwen overkomt. Rood is overigens niet overal de te kiezen kleur. Vermijd een teveel aan rood op je werkplek. Dit kan op langere termijn namelijk een onrustige uitwerking hebben en wekt ook nog eens een hongergevoel op.

### DRAAGVLAK CREËREN

Rustgevend groen bij je meeting zorgt voor een open sfeer waarin iedereen gehoord wordt. Er is ruimte voor discussie en respect. Een goede manier om uiteindelijk alle neuzen dezelfde kant op te krijgen. Deze kleur is ook zeer geschikt voor je werkplek. Groene planten geven bijvoorbeeld een gevoel van

welbevinden en ontspanning, zo blijkt. Mensen die computertaken verrichten in een ruimte met planten, zijn zo'n 12 procent productiever en zijn minder gespannen dan hun collega's.

### TEAMBUILDING

Tot slot teambuilding. Wil je een positieve en open sfeer op bijvoorbeeld je teambuildingactiviteit? Kies dan oranje. Die kleur stimuleert creativiteit en energieke activiteit en staat ook nog eens voor warmte, kracht en saamhorigheid. Zie wat er gebeurt als het Nederlands Elftal speelt. Door al deze eigenschappen is oranje ook zeer geschikt om te gebruiken in je logo.

### EXPERTS VOOR JOUW EVENEMENT

Tonen, kleuren, smaken... De Meetingmoods Filosofie draagt bij aan het realiseren van je doelstelling. Daarom zijn alle vergader- en congreszalen van Jaarbeurs volledig volgens de Meetingmoods Filosofie ingericht. Meer weten over het organiseren van een succesvol event? De experts van Jaarbeurs vertellen je er graag meer over.

*Neem contact op via [events@jaarbeurs.nl](mailto:events@jaarbeurs.nl).*



### HET JUISTE ETEN

Goed eten kan je evenement versterken. Zo heeft paprika een stimulerend effect op de bloedsomloop, werken champignons tegen vermoeidheid en is mosterd verwarmend. Serveer het eten alleen niet op een blauw bord: mensen hebben een natuurlijke afkeer van blauw in relatie tot eten.

### MUZIEK

Dat een juiste muziekkeuze bijdraagt aan het al dan niet slagen van een evenement, is bij veel mensen bekend. Dat je bij een zakelijke bijeenkomst het beste voor barokmuziek kunt kiezen, is dat wellicht niet. Toch is het zo. Deze muziek heeft hetzelfde ritme als onze hartslag, zo'n 60 tot 64 slagen per minuut. Dit ritme zorgt ervoor dat we ontspannen en toch alert zijn. Ideaal voor een bijeenkomst. De muziek goed tot zijn recht laten komen kan bijvoorbeeld in het Beatrix Theater. Daar zijn alle mogelijke technische voorzieningen voor licht en geluid aanwezig, net als een optimale akoestiek. Zeer geschikt voor zakelijke bijeenkomsten.