



Het belang van content

Content is een essentieel onderdeel van je event. Wie betrokkenheid wil creëren en impact wil maken moet ervoor zorgen dat er meerdere malen, in verschillende fases van je event, content wordt verspreid. Dit betekent: voorafgaand, gedurende en in het natraject van je event. Echter is niet elk soort content bruikbaar voor elke fase.

Het komt te vaak voor dat men van start gaat met content plaatsen nadat het gehele event is vormgegeven en is gepland. Door de doelgroep te betrekken bij de allereerste stappen, bijvoorbeeld via een blog, ontstaat ook meteen de eerste gelegenheid om betrokkenheid te creëren.

CONTENT IN AANLOOP NAAR EEN EVENT

De content in aanloop naar een event is content met als hoofddoel: de beoogde doelgroep op de hoogte brengen van je event en online verkeer richting je inschrijvingspagina of richting je programma krijgen. De beste optie voor het ver-



spreads van deze content is via mail, de welbekende social media kanalen of via een eigen blog. Naast je eigen kanalen kun je er ook voor kiezen om als extra kanaal influencers in te zetten: invloedrijke personen/profielen die enorm bij kunnen dragen aan het succes van je event. Het moet wel zo zijn dat deze influencers je inhoud en bereik versterken en niet afzwakken.

Enkele voorbeelden van content die in aanloop naar een event gebruikt kunnen worden zijn video's en foto's van voorafgaande events en het voorstellen en

uitlichten van sprekers die aanwezig zullen zijn. De sprekers vormen de grootste 'inkomstenbron' aan content: tips van de sprekers, interviews, een leuke inhoudelijke quiz of zelf geschreven artikelen vormen namelijk allemaal bruikbare content voor jouw event. Hier wordt vaak nog weinig gebruik van gemaakt, maar dit kan een waardevolle toevoeging zijn. Ook geeft het je event meteen meer inhoud!

CONTENT GEDURENDE EEN EVENT

Tijdens het event staat communicatie en interactie met de bezoekers en doelgroep van het event centraal. Voorafgaand aan het event kan content ingepland worden op je blog en op je socials. Deze content zal wel aan moeten sluiten op het verloop van je event. Het merendeel van de content dat gebruikt zal worden, kun je ontwikkelen tijdens het event. Denk hierbij aan live streams, die erg toegankelijk zijn geworden door kanalen als Facebook en Instagram, social walls waarop geplaatste content van de bezoekers wordt weergegeven of het inzetten van een fotograaf op je event die kwalitatief goede foto's of video's kan plaatsen en zo zorgt voor een sfeerimpressie van je event.

Vergeet niet dat de bezoekers tijdens het event centraal staan. Maak tijd vrij voor interactie door te reageren op de content die zij plaatsen: zoals het liken of retweeten van de content, maar wees ook hier creatief in. Laat bijvoorbeeld een spreker vragen via social media beantwoorden of een leuke vlog maken die live uitgezonden wordt. Goedlopende content op socials zou je ook mee kunnen nemen in je advertenties.

In de voorbereiding op het natraject is het maken van content voor een aftermovie uiteraard ook van belang.

CONTENT IN HET NATRAJECT VAN EEN EVENT

Het einde van een succesvol event betekent vaak ook het einde van contentverspreiding: een gemiste kans. Er is zoveel bruikbare content ontstaan dat het zonde zou zijn om deze niet te verzilveren. Daarnaast is het de laatste communicatiemogelijkheid met je doelgroep en de bezoekers van je event. Verspreid nog een laatste maal de content waarin leermomenten zijn opgenomen, samenvattende content zoals een aftermovie of een wrap-up blog en content in de vorm van bijvoorbeeld een mail, waarin je iedereen bedankt voor hun komst en bijdrage. Ook worden er gedurende het evenement vaak meer vragen gesteld dan beantwoord kunnen worden door de sprekers. Laat deze vragen alsnog beantwoorden en deel dit na afloop met de deelnemers, dit zal zeker gewaardeerd worden.

Belangrijk is dus om je bewust te zijn van de content die voor handen ligt en hier creatief mee om te gaan. Kortom, er zijn genoeg mogelijkheden om content als middel in te zetten om het bereik, maar ook de impact van een event te vergroten!

Het Sprekershuys is een eigentijds en innovatief sprekersbureau waar vak-kennis, transparantie, persoonlijkheid en meedenken de kernwaarden zijn. De Verbinders van het Sprekershuys hebben intensief contact met zowel klanten als huysgenoten en gaan regelmatig mee naar events waar de huysgenoten geboekt worden. Ook denkt het Sprekershuys graag met je mee op het gebied van content rondom sprekers.

Reageren kan via: info@sprekershuys.nl
www.sprekershuys.nl