

## ONLINE EVENTS

# BEN JIJ ER KLAAR VOOR?

**Nooit eerder heeft de eventindustrie onder zoveel druk gestaan als nu. Door de coronacrisis worden eventprofessionals uitgedaagd om snel met (online) alternatieven te komen, want opdrachtgevers willen er alles aan doen om de relatie met hun klant behouden. Alle ogen zijn daarom gericht op online events. Ben jij er klaar voor?**

In mijn vorige artikel schreef ik over ons eerste grote online event – de laatste editie van de serie Connecting the Dots. Het thema (hoe online events jouw organisatie helpen overleven) bleek een schot in de roos, en met ruim 650 aanmeldingen werd deze editie de populairste tot nu toe.

## CRASH COURSE ONLINE EVENTS

Er bleek veel vraag naar praktische tips en tricks voor het organiseren van online events. Welke software gebruik je? Hoe ga je om met interactie? En hoe richt je een programma in? Reden om in actie te komen. Om snel te kunnen inspelen op de vragen uit de branche ontwikkelde ik met Momice een Crash Course online events, waarin eventprofessionals in 6 webinars leren hoe zij hun eigen livestream kunnen opzetten en inrichten. Dit zijn de thema's:

### 1. LIVESTREAM SOFTWARE

Een eenvoudige livestream kun je zelf heel goedkoop en makkelijk opzetten, maar een professionele livestream voor honderden deelnemers vraagt om een andere aanpak. Of je nu kiest voor een alles-in-1 platforms als YouTube, Instagram of Facebook, geavanceerdere tools (encoders) of een professionele livestream met een speciale partner, het is belangrijk dat je nadenkt over hoe je de content in de toekomst wilt hergebruiken. Op deze manier kun je oneindig veel plezier hebben van één event – denk aan podcasts, blogs, video's en beeldmateriaal voor alle kanalen.

### 2. DOELSTELLINGEN ONLINE EVENTS

Een livestream organiseren doe je niet zomaar. Je wilt er iets mee bereiken, je doelgroep in beweging brengen. Maak voor jezelf helder wat het doel van het online event is – en formuleer meetbare doelstellingen. Alleen als de volgende elementen helder zijn, kun je écht impact maken met je event:

- Doel: bijvoorbeeld leads genereren of medewerkers inspireren
- Doelstelling: SMART geformuleerd, met het oog op het gedrag van de doelgroep
- Doelgroep: met bijbehorende motivatie en belemmeringen
- Kernboodschap: bedenk wat je de bezoeker wilt meegeven
- Subdoelen: vóór, tijdens en na het event

### 3. PUBLIEKSINTERACTIE

Interactie is bij online events misschien nog wel belangrijker dan bij offline events. Er is immers geen borrel of ander moment waar de deelnemers van zich kunnen laten horen. Je kunt met het online publiek interacteren met verschillende tools zoals Sendsteps, Kahoot of Mentimeter. Maak gebruik van polls, stel vragen aan het publiek en geef ook hén vooral de gelegenheid om vragen te stellen. Als je het slim aanpakt, bijvoorbeeld met een goede side-kick die de vragen modereert en een chatfunctie voor live interactie, kan de kijker een online event zelfs als persoonlijker ervaren dan een offline event.



#### 4. BELEVING EN NETWERKEN

De beleving van een online event moet vooral soepel verlopen. Dat kan alleen met strakke begeleiding, want je online deelnemer ben je snel kwijt. Er zijn veel creatieve oplossingen te bedenken om de beleving van online events te verrijken, bijvoorbeeld door een deelnemerspakket op te sturen of spannende concepten als escape rooms. Ook voor netwerken zijn er online alternatieven te bedenken: faciliteer brainstorms in aparte breakout rooms of deel mensen met eenzelfde interesse in in verschillende (online) tafels voor een inhoudelijk gesprek.

#### 5. PROGRAMMA ONLINE EVENTS

Een online programma werkt heel anders dan een offline programma.

Kies het juiste format (bijvoorbeeld een interview, talkshow, of een presentatie) dat past bij de doelstelling van jouw event. Ga na of zowel de presentator als de sprekers zich comfortabel voelen voor de camera. Beeldervaring is een pré! Verder geldt: online programma's moeten korter, strakker en interactiever dan offline events.

#### 6. REGISTRATIE EN KIJKERSDATA

Om alles uit jouw online event te halen is meer nodig dan alleen een livestreamlink. Een professionele uitnodiging en event website dragen bij aan de beleving en betrokkenheid van de deelnemer. Achteraf wil je weten hoeveel mensen hebben gekeken en welke onderwerpen het best hebben gescoord. Als je dit slim aanpakt,

levert een online event heel veel interessante data op over jouw (potentiële) klant.

#### CRASH COURSE TERUGKIJKEN

De live webinars vonden plaats in mei. Heb je ze gemist? Op [momice.com/nl/crash-course-online-events](https://momice.com/nl/crash-course-online-events) vind je alle 6 de video's op een rij.

Rutger Bremer is oprichter en managing director van Momice. Zijn bedrijf ontwikkelt registratie- en ticketsoftware voor eventprofessionals. Meer informatie over Momice en de crash course vind je op [Momice.com](https://momice.com).