



HYBRIDE EVENTS

ZO ZORG JE VOOR ENERGIE EN INTERACTIE!

Als we één ding hebben geleerd van de afgelopen maanden, is het hoe waardevol écht contact is. Een event gaat niet om informatie of kennis – die vinden mensen wel online. Een bijeenkomst draait om contact, verbinding, inspiratie. De toekomst van events is echter niet puur offline. Vanwege corona, maar ook vanwege bijvoorbeeld kosten en reistijd zullen we vaker hybride bijeenkomsten organiseren. Sommige deelnemers zijn fysiek op locatie, anderen doen online mee. Maar hoe zorg je dat je hybride event écht slaagt? Goed nieuws: met eenvoudige ingrepen kom je al een heel eind.

TECHNIEK IS EEN MIDDEL – WAT IS HET DOEL?

Natuurlijk is het schitterend: de beste camera en microfoons, prachtig grote schermen waarop de thuiswerkende collega's live worden getoond. Maar daar draait het niet om. Sterker, als de techniek te ingewikkeld wordt kan er ook meer misgaan (je kent het wel, het filmpje dat niet wil starten). Vraag eerst wat het doel is en gebruik daar de techniek voor. Moet er informatie overgebracht worden? Dan is een opnamestudio

misschien geschikter dan interactieve tools. Moet elke deelnemer te horen zijn? Gebruik goede microfoons óf een loopmicrofoon.

MAAK ACTIEF DEELNEMEN SUPEREENVOUDIG

De meeste mensen willen best meedoen, maar slechts weinig mensen willen opvallen. Daarom krijgt de spreker die afsluit met 'zijn er nog vragen' weinig reactie. Hoe dan wel? Laat mensen éérs bedenken welke vraag

ze nog hebben. Laat ze vervolgens die vraag opsturen via een online chatkanaal. Een moderator of dagvoorzitter kiest daar enkele interessante vragen uit. Hiermee voorkom je dat mensen gaan twijfelen of hun vraag interessant genoeg is en of ze als eerste hun hand moeten opsteken.

MENSEN KRIJGEN MEER ENERGIE ALS ZE MEE MOGEN DOEN

Of het nu een vergadering, een congres of een beurs is: mensen zijn meer tevreden als ze actief hebben meegedaan. Hoe kunnen deelnemers bij jouw event iets doen? Vorm kleine groepjes (online en op locatie) waarin ze bespreken wat ze hebben opgestoken van de lezing. Of maak een game waar bezoekers aan mee kunnen doen. Laat raden hoeveel kerstballen er in een pot zitten. Doe dat niet voor de mailadressen, maar juist om mensen actief mee te laten doen. Voor een bedrijfsevent kun je een hybride pubquiz organiseren. Teams in de zaal of online moeten zoveel mogelijk vragen goed beantwoorden. Samen iets doen is leuker dan alleen maar luisteren.

VERGEET DE SMALLTALK NIET!

'Als de lunch goed is, is het congres geslaagd' is een cliché maar waar.

Dat komt niet alleen door het goede eten, maar ook omdat de informele gesprekken misschien wel de beste zijn van zo'n event. We organiseren online events soms zo perfect, dat er geen ruimte is voor die smalltalk. Wil je een geslaagd hybride event? Organiseer dan die leuke koffiegesprekken!

Plan bijvoorbeeld online inlooptijd en deel mensen die inschakelen direct in breakout rooms in. Groepjes van drie tot vijf zijn vaak het meest geschikt. Geef ze een aantal leuke gespreksstarters mee, bijvoorbeeld in een vooraf opgestuurd pakket. Wat vind jij het meest interessante programmaonderdeel? Ben je eerder geweest? Wat hoop je vandaag op te steken?

Je kunt iets vergelijkbaars doen in de pauzes. Dat kan online, maar je kunt mensen ook aanmoedigen om in de pauze met een mededeelnemer te bellen en ervaringen uit te wisselen. Koppel mensen die verschillende workshops hebben gevolgd, vorm buddy's door de dag heen of laat ze zelf iemand kiezen.

VARIEER

Als je event een dag duurt, moet je zorgen voor variatie. Zorg voor afwisseling in de inhoud, maar ook in groepsgrootte en wat er van deelnemers wordt verwacht. Van

consumeren naar meedoen, van bewegen naar video: gebruik korte, afwisselende werkvormen.

TOT SLOT

Heel veel kennis ervaring van een offline event kun je online ook goed gebruiken. Een soepel lopend programma, goede planning, warm welkom voor deelnemers en goede ondersteuning is online net zo belangrijk als in een zaal. Zoek de nieuwe kansen (interactie met 500 man is online vaak makkelijker dan in een zaal), besef je wat er mist (het contact is oppervlakkiger) en probeer het beste van beiden te realiseren.

Over de auteur:

Matthijs Steeneveld is organisatiepsycholoog, trainer, spreker en auteur. Dit najaar is zijn nieuwste boek uitgekomen: 'HYBRIDE: organiseer interactieve bijeenkomsten. Van vergadering tot training, online & offline.' Het boek bevat onder andere praktische tips voor online en hybride bijeenkomsten, een keuzehulp en ruim 70 werkvormen om te zorgen voor een energieke, effectieve en interactieve bijeenkomst. Lees meer op www.msteeneveld.nl/hybride.

