



ANGST IS EEN SLECHTE RAADGEVER

Design thinking stond aan de wieg van event design. Ik heb inmiddels een bijna heilig geloof in het goed onderzoeken met een divers team wat nu écht waarde toevoegt aan een event. Wat moet er echt veranderen? Het sparren over de wijze waarop je deze wenselijke verandering kunt vertalen in een event vind ik iedere keer een feestje. Het gaat over stakeholders en hun doelstellingen, over verandering en vernieuwing richting impact, over meetbare resultaten en waardevol zijn: voor, tijdens en na het event. Eerst met kleine stapjes maar op de lange termijn leidend tot het bereiken van strategische doelen. Ik ga jullie in de komende maanden meenemen op een reis door 'Designland'.

Visuals: Dennis, Visually Yours

Veel mensen hebben van nature de neiging om voor veiligheid te kiezen. Dat zit in onze hersenen geprogrammeerd. Daarom willen velen niet uit hun comfortzone stappen en dat is dus ook de reden waarom initiatiefnemers hun congressen en events liever niet veranderen. Je

weet wat je hebt. Als je dit verandert, moet je maar afwachten wat het oplevert. Zeker als het evenement een geschiedenis heeft. Mensen zullen verbaasd zijn als ze ervaren dat het 'anders' is. Toch is anders niet per definitie slecht. Soms is het gewoon nodig, kijk maar eens naar het afgelopen jaar.



VERANDERING ERVAREN

Toch is niets doen geen optie in onze snel veranderende wereld. Stilstand is achteruitgang! Onderzoek hoe deelnemers verandering ervaren. Dat kan op verschillende manieren zoals hen betrekken bij je plannen, deze samen testen en goed luisteren naar reacties. Luister om te begrijpen wel te verstaan. Is het de juiste vertaalslag geweest? Of moet je soms ook eigenwijs zijn? Want eerlijk is eerlijk, soms weten we zelf nog niet wat we missen, totdat je ervaart ... toch?!

CHANGING THE GAME

Een paar jaar geleden was ik (en velen met mij) betrokken bij het design en de organisatie van EMEC19. Initiatiefnemer MPI Nederland had spannende eisen gesteld. Het moest anders, game changing. In een aantal grote designsessies (ca. 60 mensen) en veel kleinere keukentafelsessies werden

stakeholders onderzocht en prototypes getest. Met al deze uitkomsten werd een aantal uitgangspunten (design principles) gedefinieerd. Regels die we ons zelf oplegden om zo dicht mogelijk bij wensen, eisen, verwachtingen en dromen te blijven van onze stakeholders. Die lijst met uitgangspunten werd ons kompas in het hele proces.

Natuurlijk hielp het dat we de branche goed kenden. Dat was dat tegelijk ook megaspansend want we organiseerden een event voor een doelgroep die alles al had gezien en meegemaakt. Ieder idee dat ontstond, werd aan de test onderworpen: voldeed dit idee aan één of meer van deze principes en gingen we zo doelen realiseren? Niet, dan ging het de prullenbak in. Bij een ja, werd goed gekeken hoe het in het programma zou passen zonder dat de flow van de ervaring aangetast zou worden.

180 GRADEN RECHTSOMKEERT

Zo ontwikkelden we een geweldig congres. Het was met recht 180 graden rechtsomkeert te noemen. Een congres dat anders was dan men gewend was. Iedere dag verrassingen die zorgden voor nieuwsgierigheid zodat mensen geprikkeld werden om te kunnen leren. Zelfs de laatste sessies - die normaal minder deelnemers trekken - zaten vol. Mensen hadden oprecht last van FOMO door die continue verrassingen, aandacht op creatieve details en afwisseling.

We deelden ervaringen van buiten onze branche om ervan te leren. Community building begon al voor het congres door Nederlandse deelnemers internationale collega's op te laten halen van Schiphol. Een warm welkom en waardevolle connecties waren het startpunt. Het hele congres was een platform waarin mensen leerden, ontmoetten en plezier hadden. Meermalen werd geëvalueerd: direct na het event en na een half jaar nogmaals om inzicht te krijgen in retentie.

Was het uitdagend? JA! Was het soms tenenkrommend? JA. Schuurde het soms? Zeker, mede omdat je nooit helemaal kunt inschatten hoe sommige blut sprekers vallen bij een internationaal publiek, of hoe mensen een feestje zullen ervaren in een zwembad of hoe mensen het vinden om tussen de apen te staan tijdens een congres. Allemaal beslissingen die goed overdacht waren genomen, die bijdroegen aan de ervaring en het leren.

KLEINE STAPJES RICHTING JE HORIZON

Ik zou niet iedereen aanraden om je volgende event zo rigoureuus te veranderen. Waar ik wel voor wil pleiten, is om die spannende stap te zetten en te kijken wat er anders kan. Met kleine veranderingen kom je er ook. Als je in 2030 een ander soort event wilt, dan kun je deze verandering met je eerstvolgende editie starten. Stapje voor stapje, één event per keer. Zo werk je toe naar een event dat mensen iedere keer verrast en inspireert en zo een bijdrage levert aan ieders (strategische) doelstellingen.

Ingrid Rip is Certified Event Designer. Met haar passie voor menselijke ontwikkeling en de eventbranche inspireert en ondersteunt zij organisaties bij het (her)ontwerpen van impactvolle events. Zij helpt hen vanuit ander perspectief naar bijeenkomsten te kijken zodat die een grotere bijdrage leveren aan (strategische) doelen.

Dennis en Ingrid zijn onderdeel van het Event Design Collective. Kijk voor meer informatie op edco.global/netherlands.