



IN GESPREK MET LEOLUX EN DE MAASPOORT

ONLINE EN HYBRIDE EVENTS, BLIJVEND OF EEN HYPE?

Onlangs heeft Leolux een online event gehost in De Maaspoort. We spreken Hans Filippini Director Marketing & Sales Operations van Leolux en eventmanager Michelle Jaspers van De Maaspoort.

Waarom een online event?

Hans: "Leolux is een high-end meubelmerk, samenwerking met dealers is belangrijk voor ons. Normaal gesproken ontmoeten we onze dealers regelmatig live. We gaan naar ze toe, zien ze bij beurzen of andere live events. Vanwege de corona-maatregelen hebben we veel van onze dealers al lang niet meer live gezien. We wilden graag nieuws delen over nieuwe producten, de nieuwe website, leuke dingen op de socials en acties. We dachten erover na om dit via mail te doen, of via een zoom-sessie. Via mail dachten we echter niet de juiste attentiewaarde te kunnen bereiken en een zoom-sessie vonden we niet professioneel genoeg. Als high-end merk willen we alles wat we doen wel echt goed doen. Een mail vanuit De Maaspoort triggerde mij om na te denken over een professioneel webinar. Onze eerdere ervaringen met De Maaspoort waren

heel positief dus ik wist dat ik kon vertrouwen op kwaliteit en een professionele organisatie. Ik nam contact op met Michelle (eventmanager bij De Maaspoort) en binnen een week was het geregeld."

Spannend zo'n nieuwe technieken. In hoeverre was de voorbereiding anders dan bij een regulier event?

Hans: "Het was super spannend! Welke onderwerpen zouden we het beste uit kunnen lichten en op welke manier? Je spreekt toch voor een lege zaal, hoe zou dat zijn? Wordt dat niet heel ongemakkelijk? En hoe kunnen we de interactie met ons publiek op gang brengen? Al snel kwamen we op het idee om het webinar in talkshow-vorm te doen. We gaven ruim de mogelijkheid om vragen te stellen, al kwam dit niet direct op gang. Uiteindelijk heb ik een doos Bossche bollen

als beloning in de strijd gegooid waarna er vragen binnen kwamen via de chatfunctie."

Wat doe je als eventmanager anders dan bij een live event?

Michelle: "Een online event is natuurlijk totaal anders dan een live event. Bij een live event gaat veel vanzelf zoals bijvoorbeeld de interactie met publiek. Bij een online event moet je goed nadenken hoe je dit gaat faciliteren en stimuleren. Er zijn diverse tools die je kunt inzetten om interactie te stimuleren, belangrijk is dat je een middel kiest dat past bij het doel van je event. Uit het verhaal van Hans blijkt ook dat de technische kant bij een online event nog belangrijker is. Omvangrijker ook. Een online event moet gelikt en professioneel eruit zien, dat kan alleen met goede technici en de juiste apparatuur."

Hoe was jullie ervaring met De Maaspoort?

Hans: "Het was fijn dat wij ons konden focussen op de inhoud. Ik wist dat De Maaspoort een professionele organisatie is waardoor ik mij geen zorgen hoefde te maken over de technische kant. Ook was het erg fijn dat er zo snel geschakeld kon worden. Binnen een week was het totale event geregeld. Onze meubels werden perfect uitgelicht wat zorgde voor een superprofessionele uitstraling. We zijn op basis van ons idee aan tafel gegaan en hebben het webinar direct live gedaan. Een volgende keer zou ik vooraf een korte doorloop doen zodat we ook met de regie af kunnen stemmen hoe je als spreker het beste om kunt gaan met de verschillende camera's."

Wat waren de reacties van de kijkers, de dealers waarmee jullie samenwerken?

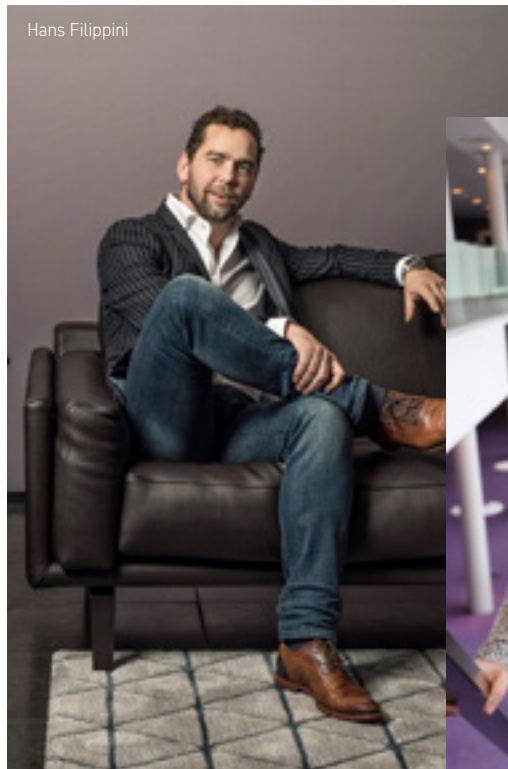
Hans: "Er werd vanaf ongeveer zestig locaties ingelogd, meestal keken ze met een aantal mensen. De reacties waren alleen maar positief. We kregen complimenten dat we dit deden. Mensen vonden het leuk, dynamisch met de tafelwisselingen en niet te zwaar. De inhoud is goed overgekomen, en dat is natuurlijk het doel geweest. We kregen de vraag of we dit vaker gingen doen."

Is je verwachting ten aanzien van een online event uitgekomen?

Hans: "Absoluut! We wisten vooraf niet goed of de presentatie van ons nieuws en de informatie die we wilden delen zou werken op deze manier. Maar eigenlijk was het fijner en beter dan vooraf gedacht. Vooral de interactie en het contact met onze dealers voelde dichtbij door het live-karakter van het event."

Hebben jullie tips voor bedrijven die ook overwegen een online event te hosten?

Hans: "Het is goed om jezelf vooraf de vragen



Hans Filippini



Michelle Jaspers

te stellen waarom wil ik een event houden en welke vorm geschikt is. Je moet goed bepalen wat je doel is en wat interessant is om naar te kijken. Dynamiek is belangrijk, wij hebben dit gedaan in de vorm van een talkshow met de mogelijkheid om vragen te stellen. Tijdens het webinar was er ook een duidelijke, persoonlijke touch met menselijke grapjes. Dat vonden mensen leuk. Dat hield de inhoud ook luchtig."

Michelle: "Het is inderdaad belangrijk om het geheel dynamisch te houden. Die afwisseling en participatie van de kijker houdt het interessant. Dit kan zoals bij dit webinar door vragen te laten stellen maar ook door sub-sessies te houden onder de aanwezigen, met of zonder host in deze sub-sessies. Of door andere tools te gebruiken waarmee mensen anoniem hun mening of ideeën kunnen delen. Het is erg belangrijk om net als bij een live event een goed draaiboek te hebben en vooraf een korte doorloop te doen. Wat je vooral niet moet doen, is een live event één op één kopiëren naar een online versie."

Hoe zie je de toekomst van events?

Hans: "Ik hoop dat het weer wordt zoals het was. Ik heb zin om mensen weer te ontmoeten. Wel denk ik dat we online tools zullen blijven gebruiken. We hebben veel geleerd de afgelopen maanden. We hebben ook veel internationale contacten en om de afstand te overbruggen denk ik dat we vaker online contact blijven houden met deze contacten."
Michelle: "Ik denk dat beide soorten events blijven. Het is sterk afhankelijk van het doel van een event. Als het puur om informeren gaat, dan blijft online of hybride (deels live publiek, deels online publiek) heel geschikt. Als een event erg gericht is op netwerken dan zal een live event gemakkelijker dat doel dienen."



Livestream Leolux PODE Live & Dichtbij

Foto: Selin Yildirim