



Maatwerkprogramma Bilderberg geeft belangrijke toegevoegde waarde aan meetings

Het doel versterken

Nu de economische crisis achter ons ligt, krijgen organisaties meer oog voor het organiseren van meetings met een maatwerkprogramma eromheen, dat helpt de impact van de boodschap te versterken. Hotelketen Bilderberg behoort tot de koplopers in het invullen daarvan en draagt dat vanaf nu uit onder de campagnenaam #outoffice.

Tekst Aart van der Haag

Bilderberg, die naam associeer je met kwaliteit en vooral met bijzondere locaties, zoals landgoederen, kastelen, historische of anderszins karakteristieke panden in steden. Met achttien hotels, waarvan er zeventien tevens als plek voor congressen en meetings fungeren, kent het een aardige spreiding in Nederland. Diverse fraaie locaties bevinden zich - heel centraal - op de Veluwe, de streek waar Bilderberg oorspronkelijk vandaan komt. De keten oriënteert zich op het hogere middensegment, zonder zichzelf uit de markt te prijzen. 'Bereikbare luxe', zo communiceert de organisatie het zelf. "Ten aanzien van het bedrijfsleven richten we ons niet zozeer op vergaderen alleen, maar op het aanbieden van een compleet pakket, van een tot in de puntjes verzorgde dag", vertelt commercieel directeur Arlette Gilbert. "Speciaal daarvoor zetten wij op elke locatie een 'Maître B' in, een servicepartner die alles regelt, de organisator voortdurende ten dienste staat

en deze proactief begeleidt. Hij of zij voelt aan wat nodig is, vaak zelfs zonder dat de klant erom vraagt of erbij staat."

MENSEN IN HUN ELEMENT

De economie zit weer in de lift en anders dan voor de crisis zie je dat organisaties het steeds meer buiten de deur zoeken als zij een vergadering, een congres, een training of een ander evenement willen houden. Een bijzondere plek, waar mensen in hun element raken, brengt het beste in hen naar boven en geeft inspiratie. "Je voelt je al meteen anders wanneer je via een prachtige oprijlaan op een landgoed arriveert of door de natuur wandelt", aldus de commercieel directeur. "Elk van onze hotels biedt zijn eigen unieke omgeving en krijgt de vrijheid om daar een programma omheen te bouwen. Neem de Nacht van De Buunderkamp bij Hotel De Buunderkamp in Wolfheze. Die accommodatie beschikt over twintig hectare bos en gelooft absoluut in de meerwaarde daarvan. Er staan letterlijk en figuurlijk geen muren omheen en je snuift er frisse lucht op. De genoemde activiteit houdt in dat deelnemers 's avonds in plaats van 's ochtends arriveren en bij een barbecue en een kampvuur een zakelijke sessie meemaken, waar bijvoorbeeld een 'boswachter' het verhaal over de nieuwe bedrijfsstrategie vertelt. Vervolgens praten ze met zijn allen na in die sfeer. Dat geeft een heel andere dynamiek."



ANDERE CONNECTIE MAKEN

De term duikt tegenwoordig overal op, maar waar het oprecht op neerkomt is 'beleving'. Een manager kan een prachtige PowerPoint-presentatie in elkaar draaien en een uur lang een verhaal houden, maar beklijft het verhaal dan echt? Waarschijnlijk slechts ten dele. Je moet ervoor zorgen dat het brein een andere connectie kan maken, dat je er een herinnering en een beleving aan toevoegt, met als resultaat dat de boodschap veel

meer impact zal hebben. Gilbert: "Met de campagne #outofoffice willen we organisaties stimuleren om met hun team naar buiten te gaan, in welke vorm dan ook. Wij geloven er namelijk in dat de ingrediënten voor groei en dingen die je bedrijf versterken soms buiten de muren liggen. Een wandelende vergadering door het bos, een informeel diner met collega's, een actieve break na een intensieve sessie; een andere omgeving en de juiste inspiratie kunnen ervoor zorgen dat alle neuzen dezelfde kant op komen, er nieuwe ideeën of betere vormen van samenwerking ontstaan. Omdat iedere organisatie een ander doel heeft, maken we zo veel mogelijk bijeenkomsten op maat. Onze eventregisseur stelt samen met de klant een uniek en effectief programma op. Dat creëren wij bijvoorbeeld door in de tuin tenten op te stellen, waar plenaire sessies met kleine groepjes plaatsvinden, te midden van foodtrucks en andere elementen die een festivalkarakter bewerkstelligen. Moet de bijeenkomst een meer formeel karakter hebben, dan kan een spreker c.q. dagvoorzitter - op verzoek iemand uit ons uitgebreide netwerk - een goede meerwaarde bieden. In alle gevallen bekijken we samen met de klant welke opzet het beste bij een doel past. Wat wil hij bereiken en hoe, met wat voor beleving eromheen? Bij een training is ongestoord bezig zijn wellicht juist het meest wenselijk."

RUN YOUR HOTEL

Bij dit onderscheidend vermogen, gecommuniceerd onder de noemer '#outofoffice',

kenmerkt Bilderberg zich door een grote variëteit aan locaties met dito activiteiten. Arlette Gilbert noemde De Buunderkamp al even, maar haalt nog twee voorbeelden ter illustratie aan. "Résidence Groot Heideborgh in Garderen, dat veel doet op het gebied van wellness, kent de Vitality Experience. Dan gaat een groep onder leiding van wetenschappers, sporters en medisch deskundigen in op thema's als gezondheid en duurzaamheid. Van een heel andere orde is de sessie 'Run your hotel' bij De Keizerskroon in Apeldoorn, waar bijvoorbeeld een managementteam een dag lang mag meelopen in de gang van zaken binnen het hotel. Dat geeft waardevolle inzichten op onder meer het gebied van klantvriendelijkheid." Ook op het gebied van eten, met verse ingrediënten, lokale producten en soms zelfs een eigen kruidentuin, hebben alle Bilderberg-locaties hun eigen kracht. "Wij besteden veel aandacht aan de maaltijden. Die vormen ontzettend belangrijke momenten om even tot rust, maar ook tot elkaar te komen als groep, wat het onderlinge begrip en de samenwerking kan bevorderen, naast het opladen van de accu. Onze programma's op maat, die wij altijd tot in de details met de klant afstemmen, zorgen ervoor dat het beoogde doel op inspirerende wijze versterkt kan worden."

www.bilderberg.nl/meetings

