



Grofweg kan het proces van de organisatie van een evenement worden opgedeeld in 3 fases: **Vorbereiding**, **Uitvoering** en **Evaluatie**.

Tijdens de **Vorbereiding** vormen onderstaande elementen de kapstok:

0. Planning en begroting
1. Bezoeker
2. Locatie
3. Drukwerk
4. Aankleding
5. Catering
6. Entertainment
7. Geschenken en fotografie
8. Hospitality & registratie
9. Logistiek & vervoer
10. Materialen en voorzieningen
11. Techniek en presentatie
12. Beveiliging & Hulpverlening
13. Verzekeringen

Soms zult u samenwerking zoeken met **leveranciers**. Hiervoor stelt u een briefing op wat u specifiek van deze partij wenst. Daarnaast moet een leverancier ook aan bepaalde **eisen** voldoen. Voorbeelden zijn een juiste prijs - kwaliteit verhouding, goede service, werken met de juiste producten, veiligheid in acht nemen, zich kunnen verplaatsen in de klant etc. Per vakgebied kunnen daar nog specifieke eisen bijkomen zoals in het geval van catering hygiëne. Vervolgens kunt u bij **drie** verschillende bedrijven een offerte opvragen. U kunt ook om recente referenties vragen en of die referenten eventueel benaderd mogen worden voor een mondelinge toelichting.

Toelichting op de kapstok elementen:

Planning / begroting: zijn onmisbare elementen bij het starten van de organisatie. Beide zijn hulpmiddelen die u helpen het proces te sturen. Waar zitten de piekperiodes? Kan die ene budgetoverschrijding worden gecompenseerd door een andere post?



De Bezoeker: Eind jaren 90 kwamen de Amerikanen kwamen Pine en Gilmore met het begrip Experience Economy oftewel Belevings Economie. Het begrip "Belevings" hangt nauw samen met de verwachtingen van de klant, gast of bezoeker!

Het "Kennen van uw Bezoeker" is essentieel voor het slagen van uw Festival week. Wat wil uw bezoeker, hoe komt u met hen in contact, kunt u oud bezoekers of deelnemers betrekken bij uw activiteiten. Dat klinkt logisch maar de praktijk leert dat dit een moeilijk onderdeel is.

Locatie: welke eisen stelt u aan de locatie? Hoe groot moet de ruimte of moeten de ruimtes zijn? Welke voorzieningen per ruimte wenst u? Hoe is de centrale entree? Heeft u aparte bewegwijzering nodig? Zijn er voldoende parkeervoorzieningen etc.

Drukwerk: is meer dan alleen de uitnodiging maar gaat bijvoorbeeld ook over de posters, flyers, badges, bewegwijzering op de locatie etc. Zie hierbij ook de centrale huisstijl. Een duidelijke huisstijl zorgt voor herkenbaarheid door de bezoeker!

Aankleding: hoe wilt u alles vormgeven? Wie heeft u daarvoor nodig? Welke uitstraling zoekt u? Heeft u mensen nodig die een apart decor gaan bouwen of heeft u een bloemist nodig die dagelijks de verse bloemen verzorgt?

Catering: welke catering heeft u nodig? Met wie gaat u hiervoor samenwerken? De lokale bakker, slager of een professioneel cateringbedrijf etc? Waar wilt u de uitgiftepunten voor koffie/thee/fris/brood/snack hebben? Gaat u alles gratis aanbieden of tegen betaling? Hoe vindt de afrekening dan plaats? Hoe komt u aan voldoende glazen, borden etc? Of werkt u met plastic? **LET OP:** de catering is een belangrijk aspect in de beleving van de klant.

Entertainment: wilt u bijvoorbeeld muziek bij binnenkomst in de centrale entree? Moet er op straat bijv. een mime speler staan die de mensen naar binnen wijst? Sluit u bijv. de dag af met een optreden van een lokale beroemdheid?

Geschenken en fotografie: wilt u iedere bezoeker na afloop iets meegeven? Of is het verstandiger om hen na een paar dagen een persoonlijk bericht te sturen (per post of per e-mail)? Wilt u dat mensen een aandenken in de vorm van een

foto krijgen? De waarde van het geschenk moet in verhouding staan tot het hele evenement.

Hospitality: hoe gaat u iedereen bij binnenkomst tegemoet treden? Gebeurt dat door het eigen personeel of heeft u hier externe mensen voor nodig? Hoe gaat u de organisatie zichtbaar maken (bijv. iedereen in een zwarte broek met een oranje shirt of naam badge?).

Logistiek & vervoer: Hoe vangt u de verschillende doelgroepen op? Zijn er piekmomenten waardoor gangen eventueel kunnen vollopen?

Materialen en voorzieningen: hoe houden we de toiletten schoon? Hebben we kinderopvang nodig? Moeten we een bewaakte garderobe installeren? **Let op:** ook het aspect van een schoon toilet is belangrijk in de beleving van de klant!

Techniek en presentatie: Welke techniek heeft u nodig? Bijv. extra licht en geluid? Dit is een heel specialistisch vakgebied dus betrek hier een specialist bij.

Beveiliging: verwacht u pieken op bepaalde dagen? Kan iedereen zomaar worden binnengelaten of moeten er mannen in pak bij de ingang staan?

Hulpverlening: zijn er voldoende 'professionele mensen' aanwezig met bijv. een BHV diploma (de stelregel is per 50 bezoekers 1 bhv-er). Is het verstandig om aan de hulpdiensten door te geven dat er die week een groot evenement plaatsvindt?

Verzekering: Dit is ook een apart traject. Informeer binnen uw organisatie welk verzekeringspakket er al is en beslis aan de hand daarvan of er nog een extra evenementenverzekering moet worden afgesloten.

De onderdelen van deze kapstok kunt u verwerken in een **Checklist of Actielijst**.

Wat (Onderdeel programma)	Hoe (Welke activiteit)	Wie (Initiaal)	Wanneer (Deadline)
Aankleding	Leverancierselectie voor Bloemen	HvE	15 april

De UITVOERING (de week van het Festival van het Leren).

Op de dag van uitvoering moet de checklist eigenlijk geheel zijn afgewerkt; hierop mogen geen actiepunten meer voorkomen. De checklist is dan opgegaan in een Draaiboek.

Voorbeeld Draaiboek 12 september 2009 (versie 01)

Tijdstip	Activiteit	Onderdeel activiteit	Wie
08.00	Centrale Ontvangst	Bloemen levering	HvE

Elke Festivaldag heeft een apart draaiboek. Hierin is het tijdstip leidend en geeft weer welke actie door wie gedaan moet worden. Het draaiboek wordt uitgegeven aan diegenen die een coördinerende rol in het project hebben. De evenement coördinator bespreekt elke dag het draaiboek met alle betrokkenen en beantwoordt eventuele vragen. Degenen die overall verantwoordelijk is, dient zoveel mogelijk vrijgesteld te zijn van allerlei uitvoerende taken. Dat geeft hem of haar de ruimte om tussen alle subactiviteiten heen te wandelen, vinger aan de pols te houden en calamiteiten op te lossen.

Nadat het festival is afgesloten, begint u aan de **Evaluatie**. Met interne collega's, externe leveranciers en opdrachtgever. Daarin kunt u ook een aantal 'meetpunten' meenemen. Wat heeft het Festival opgeleverd? Is er een stijging in het aantal bezoekers geweest? Hebben meer cursisten dan vorig jaar ingeschreven? Hoe veel free publicity hebben we gekregen etc. Als het goed is, komt daar een aantal verbeterpunten uit naar voren die de basis gaan vormen voor een volgende editie in 2010. Wellicht is dit ook het moment om alle bezoekers aan het Festival een bedankje te sturen.