




Hoe en waarom een evenement organiseren

Gids voor de federale communicatoren

COMM Collection - Nr 16





“COMM Collection” is een reeks praktische gidsen bestemd voor alle federale communicatoren. Ze zijn het resultaat van de samenwerking van federale ambtenaren die actief zijn op het terrein van de communicatie.

De COMMnetKern, samengesteld uit de communicatieverantwoordelijken van de federale overheidsdiensten en voorgezeten door de FOD Personeel en Organisatie en de FOD Kanselarij van de Eerste Minister, heeft de inhoud gevalideerd en is verantwoordelijk voor de toepassing ervan.

Reeds verschenen:

- Nr 1 Efficiënt gebruik van e-mail
- Nr 2 Residence COMMtrainings (uitgeput)
- Nr 3 Visie en missie van interne communicatie
- Nr 4 Huisstijl van de Belgische federale overheid
- Nr 5 Hoe en waarom een jaarverslag opmaken
- Nr 6 De contactpunten van de federale overheid
- Nr 7 Crisiscommunicatie - Voorzien en beheren
- Nr 8 Visie en opdrachten externe communicatie
- Nr 9 Een elektronische nieuwsbrief maken en verspreiden
- Nr 10 Deontologische code van de federale communicatoren
- Nr 11 Hoe en waarom een huisstijl ontwikkelen
- Nr 12 Het communicatieplan van een project opstellen
- Nr 13 Spreken voor een publiek
- Nr 14 Duurzaam communiceren
- Nr 15 Communicatie-acties evalueren

Goed om weten

De elektronische versie van deze brochure is beschikbaar in PDF-formaat op www.p-o.be>Algemene informatie>Publicaties.



Inhoudstafel

Inleiding	3
1. Definitie	5
2. Voor het evenement	6
2.1. Doelstelling en doelgroep	6
2.2. Keuze van je evenement en een rode draad	7
2.3. Organisatieteam	9
2.4. Planning	10
2.5. Datum en locatie bepalen	11
2.6. Opbouw programma	13
2.7. Budget	17
2.8. Communicatieplan	18
2.9. Risico's	22
3. Tijdens het evenement	25
3.1. Draaiboek	25
3.2. Scenario	26
3.3. Checklists	26
4. Na het evenement	29
4.1. Nazorg	29
4.2. Communicatie	30
4.3. Evaluatie	30
5. Praktische fiches	32
5.1. Beursstand	33
5.2. Persconferentie	38
5.3. Personeelsfeest	45
5.4. Studiedag/seminarie	50
6. Conclusie	56
7. Bijlagen	57
8. Bibliografie	70



Inleiding

Deze brochure bestaat uit 2 delen. Het eerste deel geeft een chronologisch overzicht van de stappen in de organisatie van een evenement: de voorbereiding, de dag van het evenement zelf en de nazorg en evaluatie. Het tweede deel bevat praktische fiches voor het organiseren van vier soorten evenementen die vaak voorkomen binnen de federale overheid:

- een beursstand
- een persconferentie
- een personeelsfeest
- een studiedag of seminarie

Graag geven we voorafgaand enkele belangrijke opmerkingen mee:

- Voor kleine interne evenementen worden bepaalde stappen in de organisatie minder uitgewerkt dan voor grote evenementen.
- De federale overheid heeft een sociale missie. Alle federale ambtenaren zetten zich in ter verbetering van het maatschappelijk belang. Onze werkingskosten worden betaald met het belastinggeld van de burgers. Bij het organiseren van evenementen zullen we dus altijd goed de kosten en de baten tegen elkaar afwegen.
- Heb aandacht voor de duurzame ontwikkeling bij de organisatie van je evenement. Dit vereist niet méér werk, maar wel een andere manier van werken. Meer informatie vind je in de COMM Collection Nr 14 “Duurzaam communiceren”.
- Hou bij de organisatie van je evenement steeds rekening met de waarden en normen van je organisatie. Bv: als er een streng alcoholbeleid gevoerd wordt, hou daar dan bij de catering van je evenement ook rekening mee.
- Deze brochure beperkt zich tot het organiseren van kleine en middelgrote evenementen. Voor grote evenementen waar duizenden aanwezig zijn, zoals bv. de openingsfeesten in het kader van 175 jaar België, is het aangewezen om een evenementenbureau onder de arm te nemen.

Hebben actief meegewerkt aan deze brochure:

Douchka Calcoën

Economie, KMO, Middenstand en
Energie

Florian De Blaere

Personeel en Organisatie

Jona De Leye

Volksgezondheid, Veiligheid van de
Voedselketen en Leefmilieu

Lawrence de Marneffe

Rijksdienst voor Ziekte- en
Invaliditeitsverzekering (RIZIV)

Barbara De Raedt

Personeel en Organisatie

Pascale Mégal

Volksgezondheid, Veiligheid van de
Voedselketen en Leefmilieu

Isabelle Tegenbos

Personeel en Organisatie

Een woord van dank aan Nathalie Duflos en Danièle Coyette voor hun
hulp bij het opstellen en vertalen van deze brochure.



1. Definitie

Voor we kunnen beginnen met het organiseren van een evenement is het belangrijk dat we een goed begrip hebben van de definitie van “een evenement”.

Wat is een evenement?

Van Dale definieert een evenement als volgt:

“Voorval, gewichtige of merkwaardige gebeurtenis”.

Deze definitie is zeer ruim en algemeen.

De definitie van Jan Verhaar (2004¹) is uitgebreider en geeft de verschillende aspecten goed weer:

*“Een evenement is een speciale, **tijd- en plaatsgebonden gebeurtenis**, die door een **initiatiefnemer** (individu, groep of organisatie) bewust is **gepland**, en die gericht is op een bepaalde **doelgroep**, om met een bewust gekozen **vorm**, een bepaald **doel** te realiseren.”*

Alle elementen van deze definitie zijn belangrijk en zullen in de volgende hoofdstukken uitgebreid aan bod komen.

Naargelang de omvang van een evenement kunnen we 3 categorieën onderscheiden:

- kleine evenementen: tot 500 bezoekers
- middelgrote evenementen: tussen 500 en 5 000 bezoekers
- grote evenementen: meer dan 5 000 bezoekers.

1. Verhaar, J., *Projectmanagement 1 - Een professionele aanpak van evenementen*, Boom, 2004.

2. Voor het evenement

Elk evenement vraagt een goede voorbereiding. Je bepaalt welk soort evenement je wil organiseren, wie het evenement organiseert, je kiest een datum en een locatie, je stelt een programma en een planning op en je bereidt de communicatie voor. Met een goede voorbereiding ben je al flink op weg naar een geslaagd evenement.

2.1. Doelstelling en doelgroep

Evenementen ontstaan vaak vanuit de impuls: “We moeten nog eens iets organiseren, het is lang geleden”. Voor je enthousiast begint met het uitwerken van je evenement, stel je jezelf best de volgende vragen: “Waarom moet er een evenement georganiseerd worden? Wat is de doelstelling? Wat wil je bereiken met je evenement?”.

De doelstelling zal bepalend zijn voor het soort evenement dat je organiseert, voor de sfeer die je wil creëren en de invulling van het programma.

Mogelijke doelstellingen van een evenement zijn:

- informatieverstrekking
- kennis/informatie/ervaringen uitwisselen
- contacten leggen met gebruikers
- opleiding
- beleidsvorming
- imagoverbetering
- teamgeest bevorderen
- netwerking
- bedanken van personeel
- motiveren van personeel
- werving van personeel
- ...

Drie belangrijke opmerkingen

- De doelstelling van een evenement is niet altijd hetzelfde als de aanleiding!
Een voorbeeld: ter gelegenheid van de verhuis naar een nieuw gebouw

organiseer je voor de personeelsleden en hun familie een inhuldigungsreceptie. De verhuis is de aanleiding van je evenement. De doelstelling van je evenement kan zijn dat je het personeel en hun familie wil bedanken voor het goede werk dat ze leveren en dat je hen wil motiveren om dat in de toekomst te blijven doen.

- Als je de doelstelling gedefinieerd hebt, blijkt misschien dat een evenement organiseren niet de beste oplossing is om die doelstelling te bereiken. Durf dit dan te zeggen!
- Naast de doelstelling is het ook belangrijk om te bepalen welke sfeer je wil creëren. De strategie, de normen en waarden van de organisatie oefenen een grote invloed uit op de gewenste sfeer. Een voorbeeld: als de organisatie zich positioneert als “partner”, zal je kiezen voor een interactief evenement. Als de strategie is om kwaliteitsvolle diensten/producten te leveren, zal het evenement uiteraard ook “kwaliteit” moeten uitstralen. Als de organisatie de waarde “diversiteit” promoot, zal het evenement “diversiteit” moeten ademen.


Om een geslaagd evenement te organiseren, analyseer je ook best de **doelgroep** van je evenement. Deze vragen kunnen je helpen om je doelgroep zo gedetailleerd mogelijk te definiëren:

- wie zijn ze?
- wat spreekt hen aan?
- wat zijn hun verwachtingen?
- wat verwacht je van hen?
- wat zou hun weerstand kunnen zijn?
- wat is hun grootste zorg?
- ...

2.2. Keuze van je evenement en een rode draad

Er bestaan veel verschillende soorten evenementen. Het komt erop aan om dat type van evenement te kiezen dat het best aan je behoeften beantwoordt. Probeer in één zin uit te schrijven wat je wil en zorg ervoor dat alle elementen die in punt 2.1. beschreven werden erin zitten.

Voorbeeld: het doel is de medewerkers en hun gezinsleden op een informele manier te betrekken bij de organisatie. Je kan dit bereiken door het organiseren van een personeelsfeest voor alle medewerkers en hun familie (doelgroep) waarbij het accent ligt op “gastvrijheid” en “diversiteit”.



Als je deze zin uitgeschreven hebt, organiseer je een minibrainstorm met collega's. Elk idee wordt getoetst aan de elementen uit de zin om te bekijken of aan de basisdoelstelling voldaan wordt.

Bekijk ook welk soort evenementen in het verleden georganiseerd werd. Zorg dat je niet te snel in herhaling valt. Wees creatief bij de invulling van jaarlijks weerkerende evenementen zoals een nieuwjaarsreceptie of sportdag (andere locatie, ander thema, ...).

Enkele voorbeelden van evenementen:

- personeelsfeest
- opendeurdag
- persconferentie
- beurs
- opening van een gebouw
- receptie
- lunch/diner
- sportdag
- tentoonstelling
- concert
- herdenking
- seminarie/studiedag/congres/conferentie

Om je evenement te omkaderen en om de communicatie rond je evenement te vergemakkelijken, is het interessant om een **rode draad of een thema** te bepalen.

De rode draad kan een beeld zijn, een logo, een slogan of zelfs een metafoor. Er moet een duidelijke link zijn met de doelstelling van het evenement. De rode draad is de kapstok waar je je evenement aan ophangt.

De rode draad zal je vooral in de communicatie kunnen gebruiken: de uitnodiging, het programmaboekje, enz. Ideaal gezien bepaal je de rode draad vóór je de datum en de locatie vastlegt. Zo kan je er met deze elementen op inspelen. Ook op de dag van het evenement kan je de rode draad gebruiken: verwijzingen in de speeches, decoratie, ...

Een voorbeeld:

Tijdens de 3de Conferentie over de Kwaliteit van de Overheidsdiensten in België was het centrale thema “Dialogoog voor verbetering”. Om dit thema te illustreren, werd er een beeld gekozen van parachutespringers die

figuren in de lucht vormen. Zij symboliseerden het thema “Dialogoog voor verbetering” perfect: hoe meer de parachutespringers oefenen, hoe beter ze de figuren kunnen vormen; ze moeten samenwerken, dialogeren om hun oefeningen tot een goed einde te brengen; ze vormen een cirkel, ze stellen “iets” centraal, ...

Het beeld van de parachutespringers werd gebruikt op alle communicatiedragers: de uitnodiging, de farde, de affiche, het menu, enz. Ook tijdens de conferentie werd het thema volledig doorgetrokken: verwijzing tijdens de openingspeech, vragenlijst over parachutespringen tijdens de lunch, enz.

2.3. Organisatieteam

In je eentje een evenement organiseren is vrij moeilijk. Je stelt best een **multidisciplinair team** samen. In het team kan je verschillende rollen identificeren:

- **de creatieveling:** iemand met veel inlevingsvermogen die zich goed kan verplaatsen in de doelgroep, die een origineel concept kan bedenken
- **de ervaren organisator:** heeft al verschillende evenementen georganiseerd en kent de verschillende stappen. Hij heeft aandacht voor praktische details
- **de coördinator:** begeleidt alle leden van het team, behoudt het overzicht van wie waar wanneer mee bezig is, heeft ervaring met projectmanagement
- **de inhoudelijke expert:** voor het organiseren van bv. een congres heb je best ook iemand in het team die de inhoud van het congres voor zijn rekening neemt (bv. het opstellen van het programma)
- **de externe partners:** die een deelaspect van de organisatie op zich nemen bv. de cateraar
- **de sponsor:** iemand van het directiecomité die de belangrijkste beslissingen neemt.

Vaak worden verschillende rollen vervuld door eenzelfde persoon. Het team mag niet te groot zijn want dat bemoeilijkt het overleg. Een groep van 3 à 4 personen is ideaal. Voor een klein evenement volstaan 2 personen.

Zorg van in het begin voor **een duidelijke taakverdeling** tussen de leden van het organisatieteam. Organiseer ook regelmatig een overleg met de leden van het team zodat iedereen op de hoogte blijft van de volledige

stand van zaken. Naarmate de dag van het evenement dichterbij komt, zal er meer vergaderd worden. Stel van elke vergadering een kort verslag met een actielijst op, zo weet iedereen wat hem te doen staat. Houd ook regelmatig contact met de opdrachtgever.

Zorg er altijd voor dat er **2 coördinatoren** zijn in je team of dat er op zijn minst iemand is die de rol van coördinator gemakkelijk kan overnemen. Als de coördinator een dag voor het evenement ziek wordt en je hebt geen vervanger, dan zorgt dit gegarandeerd voor paniek.

Je kan ook een deel van de organisatie **uitbesteden**. Bij grote, complexe evenementen gebeurt dit regelmatig. Hou er rekening mee dat aan een uitbesteding een aanzienlijke kostprijs vasthangt. Een evenementenbureau kost gemiddeld 20-25% bovenop de reële kosten. Hiervan betalen zij hun vaste kosten (huur gebouw, verzekeringen, opleiding, ...), het voorontwerp dat ze gemaakt hebben, enz.

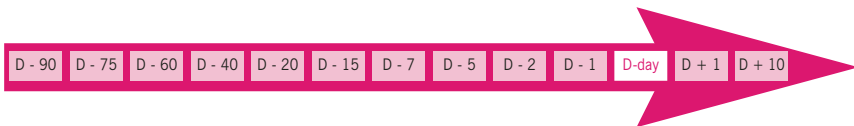
Respecteer bij een uitbesteding de wetgeving op de overheidsopdrachten. Voor meer info kan u terecht op: <http://cpaba.p-o.be>.

2.4. Planning

Voor kleine evenementen begin je best 3 à 6 maanden op voorhand. Voor grotere evenementen kan dit oplopen tot een jaar of meer.

Maak een retroplanning (een planning van het einde tot het begin) op. Zo zie je onmiddellijk of de termijnen die je voorziet, realistisch zijn. Een tijdslijn kan je planning heel helder maken.

Voorbeeld:



Datum	Activiteit	Verantwoordelijke	Aandachtspunt
D-90	Beslissing om een personeelsfeest te organiseren + samenstellen organisatie team	J. Peeters	
D-75	Bepalen thema van het personeelsfeest + reserveren zaal	M. Janssens	Zaal voor 500 personen nodig
...			
D-day	Personeelsfeest		
D+1	Bedanken sprekers	J. Peeters	
D+10	Evaluatievergadering	J. Peeters	

Duid de “kritieke stappen” aan in je planning. Dit zijn de stappen die een rechtstreekse invloed hebben op de timing van een andere stap in je planning. Bv.: als je sprekers niet gekend zijn, dan zal je de uitnodiging niet kunnen opstellen en versturen. Een vertraging bij het vastleggen van de sprekers, zal ook de timing van het versturen van de uitnodigingen in het gedrang brengen.

2.5. Datum en locatie bepalen

Twee cruciale elementen die nodig zijn om een goede planning te kunnen opstellen, zijn de datum en de locatie. Deze twee beïnvloeden elkaar trouwens. Wil je het evenement op een welbepaalde locatie organiseren, dan zal je bij de keuze van je datum afhankelijk zijn van de beschikbaarheid van deze locatie. Als je je evenement in een bepaalde maand wil organiseren, zal je bij de keuze van je locatie iets minder kieskeurig kunnen zijn.

2.5.1. Datum

Bij de keuze van de datum houd je best rekening met de volgende elementen:

- **vakantieperiodes**, feestdagen en verlengde weekends zijn meestal niet aangewezen.
- kijk na of er voor **dezelfde doelgroep** gelijkaardige evenementen georganiseerd worden rond dezelfde periode.

- kijk na of er op dezelfde dag **grote evenementen** gepland zijn zoals bv. de wereldbeker voetbal. De kans is groot dat sommige gasten niet aanwezig zijn omdat ze een bepaalde wedstrijd willen zien.
- de **doelgroep**: als je de partners mee uitnodigt, organiseer je je evenement best op een avond. Als je de kinderen mee uitnodigt, kies je best voor een weekend. Als er in de doelgroep van je evenement een hoop mensen zitten die deeltijds werken, plan je evenement dan niet op woensdag of vrijdag. De beste dagen om in de week overdag iets te organiseren zijn dinsdag en donderdag.
- hou rekening met de eventuele **op- en afbouw** van je evenement. Misschien is het aangewezen om de locatie ook de dag ervoor en de dag erna te huren.
- als de **aanwezigheid van een spreker, animator, artiest** cruciaal is voor je evenement zal zijn beschikbaarheid de datum beïnvloeden.

De duur en het begin- en eindtijdstip worden best ook samen met de datum vastgelegd. Hoe lang wil en kan de doelgroep zich vrijmaken voor het evenement?

2.5.2. Locatie

Bij de keuze van de locatie zullen de volgende elementen je leiden:

- **de capaciteit van de locatie**: hoeveel genodigden wil je ontvangen?
- **de aard van het evenement**: organiseer je een seminarie met workshops dan heb je verschillende kleine zalen nodig en 1 grote zaal voor de plenaire sessies. Maak een lijst op van het aantal zalen dat je nodig hebt. Denk daarbij ook aan een zaal voor de receptie en het diner, een vestiaire, een stockageruimte, een bureau voor de organisatoren, ... Bij een buitenlocatie voorzie je best ook een alternatieve binnenlocatie voor als het slecht weer is. In België weet je maar nooit!
- **de doelgroep**: kies een locatie die aansluit bij de leefwereld en de interesses van je doelgroep. Probeer origineel uit de hoek te komen. Bv.: als je de kinderen mee uitnodigt, kan het leuk zijn om je evenement in een pretpark te organiseren.
- **de uitrusting van de locatie**: is er een keuken? een podium? verlichting? Zijn er projectiemogelijkheden? Zijn er voldoende sanitaire voorzieningen? Zijn de zaal en het podium toegankelijk voor invaliden?

Indien niet alle voorzieningen aanwezig zijn, informeer dan vooraf naar de kostprijs om ze zelf te verzorgen.

Vraag ook altijd een plan van de locatie aan de verhuurders; liefst met aanduiding van de elektriciteitsvoorzieningen, de ophangpunten, de nooduitgangen, ... Ook de hoogte van de zaal kan nuttige informatie zijn.

Informeer naar de staat waarin de zaal geleverd wordt en de staat waarin de zaal moet teruggegeven worden. Ontvang je een zaal die gepoetst is? Zoniet moet je hiervoor tijd en mensen voorzien om dit te doen.

- **verplichte samenwerking met leveranciers verbonden aan de zaal:** soms is er een vaste traiteur verbonden aan de zaal.
- **de prijs:** informeer wat in de prijs begrepen is en wat niet.
- **de bereikbaarheid van de locatie:** is de locatie gemakkelijk bereikbaar? Ook met het openbaar vervoer? Is er een parking?
- **de nabijheid van andere accommodatie:** bv. zijn er hotels in de buurt waar de sprekers kunnen overnachten?

Plan een bezoek aan verschillende locaties vooraleer je een keuze maakt. Als je zelf niet technisch onderlegd bent, is het goed om een specialist mee te nemen die de technische faciliteiten van de zaal kan beoordelen.

2.6. Opbouw programma

Het programma van een evenement bestaat meestal uit 3 grote delen:

- verwelkoming
- presentatie(s)/animatie(s)/workshop(s)
- pauze(s) of receptie/lunch/diner

Afhankelijk van de aard van het evenement zullen bepaalde onderdelen langer of korter duren.

Maak van bij het begin een ruwe schets van de programmaopbouw. Dit zal je een beter inzicht geven in de duur van je evenement. Naarmate het evenement dichterbij komt, kan je het programma verder verfijnen.

Een ideaal evenement werkt naar een **hoogtepunt** toe. Er zit ritme in. Probeer je gasten te verrassen, met de grootste verrassing op het einde.

Zorg voor **afwisseling** in je programma. Zoek in je evenement een evenwicht tussen spanning en ontspanning, informatieverschaffing en de gelegenheid om contacten te leggen, culinaire momenten en animatie. Om je programma niet te zwaar te maken kan je ook een aantal



inhoudelijke topics onderbrengen in **randactiviteiten** tijdens de pauzes: een postercampagne, stands, demonstraties, literatuurhoekje, ...

Niets is vervelender dan een evenement dat langer duurt dan voorzien. Prop je programma dus niet te vol en **wees realistisch in je timing**. Hou bij de opbouw van je programma ook rekening met de “verloren of vergeten” tijd. Zo neemt de inleiding en het dankwoord van een spreker/artiest toch al snel 5 minuten in beslag. Neem ook de verplaatsingstijd op bv. van de ene zaal naar de andere. Plan voldoende tijd voor de pauzes en de lunch. In geval van vertraging in je programma, kan je hiervan altijd enkele minuten afknabbelen. Maak ook goede afspraken over de duur van de tussenkomst van de verschillende sprekers.

Richtlijnen voor de duur van een aantal standaardactiviteiten (naar Lenny Kaarsgaren²):

- onthaal en registratie: 30 tot 45 minuten
- sprekers, animatie: 1,5 uur tot maximaal 2 uur zonder tussenpauze (per spreker/animatie: 20 tot 30 minuten)
- koffiepauze: 15 tot 30 minuten
- lunch: 1 uur tot 1,5 uur
- receptie: 1 uur tot 3 uur
- zittend diner: 1,5 tot 3 uur
- walking diner: 1,5 tot 2,5 uur
- feestavond: 3 tot 4 uur

2.6.1. Sprekers/animatoren

Voor bepaalde evenementen zal je een beroep doen op sprekers/animatoren. Bijvoorbeeld:

- inhoudelijke sprekers
- presentatoren, moderatoren
- zanger(es), dj, band, orkest
- toneel, musical
- stand-up comedian, improvisatieliga
- animatoren van workshops
- ...

De sprekers/animatoren kunnen een onderdeel zijn van je inhoudelijk programma of je kan ze gebruiken om bepaalde onderdelen zoals de ontvangst of de pauze wat op te vrolijken.

Maak duidelijke afspraken over het **materiaal** dat de sprekers/animatoren nodig hebben: hebben ze een projector of een flipchart nodig? Zijn er speciale vereisten voor het geluid? Hebben ze een kleedkamer nodig? ... Voorzie ook drank en maaltijden voor hen.

Contacteer de sprekers/animatoren een paar dagen voor het evenement om alle afspraken nog eens te overlopen: waar moeten ze zijn, om hoe laat, reserveer eventueel een taxi om hen van het hotel naar de zaal te brengen, enz. Geef hen een gsm-nummer dat ze kunnen bellen in geval van onvoorziene omstandigheden of als ze vragen hebben. Zorg ervoor dat je zelf ook hun gsm-nummer hebt.

Laat buitenlandse sprekers/animatoren een dag voor je evenement toekomen en reserveer een hotelkamer voor hen. Zo ben je zeker dat ze op tijd zijn.

Voor bepaald acts is het noodzakelijk dat er een **generale repetitie** wordt gehouden de dag ervoor. Test alle technische installaties (projectie, geluid, verlichting, ...). Als je een congres organiseert met sprekers die niet gewend zijn om voor een groot publiek te spreken, organiseer dan oefensessies voor hen. Liefst in de zaal, zodat ze de zaal al eens kunnen "voelen". Je kan hen vooraf ook een aantal presentatietips bezorgen.

Zorg voor **opvang van de sprekers/animatoren**. Zowel op de dag van je evenement als op de dag ervoor (als ze bv. van het buitenland komen). Je kan niet altijd van de sprekers/animatoren verwachten dat ze zich mengen onder de gasten. Bovendien bereiden zij zich misschien graag in alle rust voor.

Informeer je vooraf over de meerkost indien je een act wil verlengen. Stel dat het optreden zo fantastisch is, dan kan je vragen om nog een half uurtje extra op te treden. Als je dit vooraf in je budget opneemt, is dit mogelijk.

Voorzie een **dankwoord** en een klein geschenkje, bv. bloemen of wijn voor de sprekers/animatoren.

2.6.2. Catering

Zonder brood en spelen is er voor de Belgen geen “geslaagd” evenement. Zorg dus voor voldoende drank en eten, van een **goede kwaliteit**.

Alcoholische dranken zijn niet altijd een must. Je kan ook een zeer gevarieerd palet van vruchtensappen, groentesappen, water, softdrinks, milkshakes, ... aanbieden. Vermijd sterke dranken. Dit kan leiden tot enkele dronken gasten die voor overlast zorgen.

Voor het eten (hapjes of uitgebreider), bied je best een goede mix van vlees en vis aan. Voorzie ook iets voor de vegetariërs. Exotische hapjes en thematische buffetten zijn erg in bv. sushi hapjes, internationale buffetten: Mexicaans, Spaans, Italiaans, Afrikaans, oosters,

Hou ook rekening met de milieuaspecten van de catering: probeer het afval zo beperkt mogelijk te houden, kies voor een traiteur die aan sociale economie doet, gebruik bestek, borden en glazen die herbruikbaar zijn (geen plastic of karton).

Voor grote evenementen kan je vragen aan de cateraar om de gerechten vooraf te proeven. Ook voor de wijn kan dit aangewezen zijn. Bij sommige cateraars mag je ook je eigen wijn meebrengen, maar vaak moet je dan “kurkgeld” betalen. Check dit op tijd, zodat je dat kan voorzien in je budget.

Afhankelijk van het soort evenement, de timing, het aantal gasten en het budget zal de catering er anders uitzien. Dit is een greep uit de meest voorkomende **cateringvormen**:

- koffie, thee en koekjes
- ontbijtbuffet
- broodjeslunch
- zittende lunch
- receptie: alleen drank en knabbeltjes
- walking receptie: met warme hapjes
- walking diner met buffetten
- zittend diner met bediening aan tafel
- zittend diner met buffetten.

Bespreek vooraf met de cateraar hoeveel personeel hij inzet. Niets is vervelender dan op een receptie lang te moeten wachten op een drankje. Als je gekozen hebt voor een diner met buffetten, zorg dan dat er

verschillende buffetten zijn. Zo vermijd je lange wachtrijen. Bespreek ook het profiel van het personeel dat de cateraar inzet. Als je een tweetalig evenement organiseert, zijn de obers best ook tweetalig. Organiseer je een evenement over “diversiteit”, zorg er dan voor dat die diversiteit ook onder het personeel terug te vinden is.

Cateraars werken vaak met 2 soorten prijzen: een forfaitaire prijs per persoon of een prijs volgens het verbruik. Kijk ook goed na wat in de prijs inbegrepen is: tafels en stoelen, servies, tafellinnen, tafeldecoratie, personeel, ...?

Het aantal gasten op je evenement zal pas gekend zijn als de inschrijvingen afgesloten zijn. De definitieve aantallen moeten meestal maar 1 week op voorhand aan de cateraar worden doorgegeven.

2.7. Budget

Van bij het begin zou je al een budgetindicatie moeten hebben. Heb je een budget van 10 000 of van 100 000 euro? Zo weet je welke opties haalbaar zijn.

Houd alle budgetgegevens van reeds georganiseerde evenementen goed bij. Ze kunnen je helpen om een eerste inschatting te maken van het budget dat je nodig hebt voor je volgende evenement.

Van zodra de grote lijnen van je evenement vastliggen, kan je je budget gaan begroten. Maak een inschatting van de kosten voor de verschillende onderdelen van je evenement: locatie, techniek en geluid, catering, drukwerk, sprekers, animatie, hostesses, vervoer, enz. Voorzie ook een rubriek “onvoorziene kosten” van zo’n 10% van het voorziene budget. Er is altijd iets waaraan je vergeet te denken...

Overloop tijdens de vergaderingen met het organisatieteam systematisch het budget. Zo vermijd je dat het budget te veel overschreden wordt en kan je onmiddellijk bijsturen.

Je kan volgend tabelletje gebruiken om de stand van zaken van je budget bij te houden. Indien er inkomsten zijn bv. inschrijvingsgeld, kan je ook nog een kolom “Inkomsten” toevoegen.



Dienst/product	Begroting (Budgetraming)	Offerte/Factuur	Vershil

De kolom “Vershil” levert je interessante informatie voor het begroten van je volgend evenement.

Opgelet: is je budget inclusief of exclusief btw? Dat maakt een groot verschil. Hou er bovendien rekening mee dat er verschillende btw-tarieven zijn: bv. voor bepaald drukwerk geldt 6% btw; voor de hostesses en de sprekers geldt 21% btw.

Breng de leveranciers op de hoogte van de betalingsregels en -termijnen van de staat.

Bereken op het einde van je evenement de totale kostprijs, maar ook de kostprijs per deelnemer. Zo heb je een richtbudget voor de toekomst.

2.8. Communicatieplan

Stel voor elk evenement dat je organiseert een communicatieplan op. Meer informatie hierover vind je in COMM Collection Nr 12 “Communicatieplan van een project opstellen”. We belichten hieronder enkele specifieke communicatieacties vóór en tijdens het evenement.

Drie belangrijke tips:

- Als je met een rode draad werkt of als je een logo voor je evenement gecreëerd hebt, verwerk dit dan in al je communicatieacties: op de uitnodiging, op de affiche, op de menu’s, op het persbericht, enz. Ga na of je rekening moet houden met de huisstijl van je organisatie.
- Het meeste communicatiemateriaal moet gedrukt worden. Voorzie hiervoor voldoende tijd in je planning. Neem tijdig contact met een drukker. Hou ook rekening met de tijd die nodig is voor vertalingen en goedkeuringen.
- Hou bij de uitwerking van je communicatieplan rekening met de aspecten van duurzame ontwikkeling (bv. uitnodiging per mail, documentatiemappen van gerecycleerd karton, ...).

2.8.1. Vóór het evenement

De uitnodiging

De uitnodiging bepaalt de eerste indruk die de genodigden van je evenement hebben en is dus uiterst belangrijk. De uitnodiging moet aanspreken, interesse en nieuwsgierigheid opwekken. De genodigden moeten zin krijgen om naar je evenement te komen, ze moeten er absoluut bij willen zijn. Er worden heel veel evenementen georganiseerd, je uitnodiging moet er dus uitspringen!

Het uitnodigingsproces bestaat vaak uit 4 fasen:

- de vooraankondiging, een teaser
- de eigenlijke uitnodiging
- de herinnering
- de bevestiging.

De vooraankondiging

Dit is een eerste aankondiging die nog niet alle details van het evenement prijsgeeft. Hierdoor wordt de nieuwsgierigheid opgewekt. Ze wordt 1 à 2 weken voor de eigenlijke uitnodiging verstuurd.

De eigenlijke uitnodiging

De uitnodiging wordt verstuurd 3 maanden tot 6 weken voor het evenement. Als de genodigden een heel drukke agenda hebben, verstuur je de uitnodiging best zo vroeg mogelijk. De uitnodiging is altijd persoonlijk. Je kan de uitnodiging met de post of per mail versturen, of een combinatie van beide. Vergeet de verzendingskosten niet te budgetteren als je kiest voor een uitnodiging die met de post verstuurd wordt. Een uitnodiging per mail is gratis en is beter voor het milieu. Opteer je toch voor een papieren uitnodiging, druk ze dan op gerecycleerd papier. Bij een uitnodiging die je per e-mail verstuurd, kan je linken naar een website waar de deelnemers zich online kunnen inschrijven voor je evenement.

Als het evenement ook voor de partners en de kinderen bedoeld is, stuur je de uitnodiging best naar het thuisadres.



Volgende elementen moeten in de uitnodiging vermeld worden:

- wanneer: datum, begin- en eindtijd
- wat: een korte uitleg over het programma, vermelding van de belangrijkste sprekers/animatoren, is er een lunch of een diner, ...
- waar: naam locatie met adres
- wie organiseert: naam en eventueel adres van de organisator
- wie nodig je uit, wie zijn de gasten? Als de partners en de kinderen ook uitgenodigd zijn, moet je dit expliciet vermelden
- waarom: de reden van het evenement
- hoe moeten de genodigden reageren? Als de genodigden zich moeten inschrijven, vermeld dan duidelijk hoe ze dat moeten doen, bij wie en tegen wanneer. Voeg een antwoordformulier/inschrijvingsformulier toe, dat verlaagt de drempel. De inschrijvingen kunnen ook online gebeuren via een inschrijvingsformulier op je website. Koppel hieraan een databank, zodat je niet alle gegevens nog eens moet verwerken. Laat de genodigden ook bevestigen als ze niet aanwezig kunnen zijn, dan weet je dat tenminste
- contactpersoon en/of contactadres waar de genodigden terecht kunnen voor meer informatie
- deelnameprijs/inschrijvingsgeld (als dat er is)
- eventueel kledingadvies: voor een gala-avond is avondkledij aangewezen; voor een sportief evenement is sportkledij aanbevolen.

Sommige elementen van je evenement kunnen een verrassing zijn voor de genodigden bv. de locatie. Dan vermeld je die uiteraard niet in je uitnodiging.

De herinnering

De genodigden die nog niet bevestigd hebben, kan je 2 weken voor het evenement een herinnering sturen. Deze herinnering wordt meestal per e-mail gestuurd.

De bevestiging

Als de genodigden zich ingeschreven hebben, stuur hen dan een bevestiging. Zo zijn ze zeker dat er voor hen een plaatsje gereserveerd is. Met de bevestiging kan je volgende zaken meesturen: een plannetje, een parkeerkaart, een beschrijving van het openbaar vervoer dat kan genomen worden (bv. uren van de treinen, vertrekplaats en -uur van de bus, ...) de toegangskarten, een telefoonnummer dat ze kunnen bellen op de dag

van het evenement als ze bv. de weg niet vinden, als ze te laat zijn, enz. Hou er rekening mee dat gemiddeld 10 tot 20% van de ingeschrevenen niet opdaagt. Bij een betalend evenement zal dit percentage lager liggen; bij een gratis evenement iets hoger.

Ander communicatiemateriaal

Hoe meer aanwezig, hoe groter het succes van je evenement. Het komt er dus op aan om zoveel mogelijk geïnteresseerden naar je evenement te lokken. Maak gebruik van zoveel mogelijk communicatiemiddelen en -kanalen.

Enkele voorbeelden:

- affiches
- programmaboekjes
- flyers
- advertenties, artikels in tijdschriften, kranten, elektronische nieuwsbrieven
- persbericht
- website
- banners op andere websites
- mondelinge aankondigingen tijdens vergaderingen
- ...

Als je een extern evenement organiseert d.w.z. een evenement dat niet voor je eigen personeelsleden bestemd is, vergeet dan zeker niet intern te communiceren. Leg uit waarom je het evenement organiseert, wat het doel is, wie van het personeel aanwezig zal zijn en waarom. Zo creëer je een intern draagvlak en vermijd je negatieve reacties zoals: “Waarom mogen wij niet komen?” of “Ze hebben zeker geld te veel”, enz.

2.8.2. Tijdens het evenement

Ook tijdens het evenement gebruik je heel wat communicatiemateriaal. Al dit materiaal bepaalt mee het imago en de kwaliteit van je evenement. Besteed er dus voldoende aandacht aan.

Enkele voorbeelden:

- badges: met naam en organisatie van de genodigden. Voorzie ook enkele blanco badges voor onvoorziene gasten.

- programmaboekjes met eventuele plattegrond (nuttig als er veel verschillende locaties/zalen zijn)
- brochures: over het thema van je evenement bv. een nieuw product, nieuw gebouw, enz.
- kaft: om documenten in te steken
- gadgets: de klassieke gadgets zoals een blocnote, balpen, post-its, boekentasje, ... Je kan ook gaan voor een origineler gadget dat bv. aanleunt bij de rode draad van je evenement.
- wegwijzers: zorg voor voldoende wegwijzers in een groot lettertype en hang ze op goed zichtbare plaatsen. Voor grote evenementen kan het handig zijn om wegwijzers op te hangen op de grote toegangswegen tot je locatie, aan het treinstation in de buurt, enz. Zorg ook voor een goede aanduiding van de parking (als die er is).
- powerpoint-template die gebruikt wordt voor de presentaties. Als alle sprekers dezelfde template gebruiken, zorgt dit voor een mooi en uniform geheel.
- evenementenjournaal dat op het einde van het evenement uitgedeeld kan worden. De meeste teksten kan je vooraf voorbereiden.
- vlaggen, affiches: kan je zowel in de zaal als buiten aan de zaal gebruiken
- persmappen: voor de journalisten, met persbericht, contactgegevens en eventuele achtergrondinformatie
- naambordjes voor de sprekers: voor op de debattafel op het podium. Zorg ervoor dat de namen leesbaar zijn, ook voor de deelnemers achteraan in de zaal.
- menu's
- evaluatieformulieren: een (beknopt) evaluatieformulier kan je nuttige informatie opleveren over het succes van je evenement. Om zoveel mogelijk ingevulde formulieren te verzamelen, kan je de gasten een cadeautje geven als ze een ingevuld formulier bezorgen.

2.9. Risico's

Tijdens het evenement kan er heel wat mislopen. Sommige zaken kan je voorzien, andere niet. Het is onmogelijk om voor alles een noodplan te voorzien. Deze 2 regels helpen je alvast om het hoofd koel te houden in **onvoorziene** omstandigheden:

- als er iets misloopt, reageren we meestal boos. Probeer echter rustig te blijven, accepteer de situatie en zoek zo vlug mogelijk naar een oplossing. In vele gevallen is het de coördinator die de problemen wil oplossen. Dit is niet goed. De coördinator moet het incident delegeren,

hij moet het overzicht bewaren. Hij moet dus zoveel mogelijk taken delegeren aan een ander lid van het organisatie-team.

- niet voor elk probleem moet een oplossing gezocht worden. Soms is het niet oplossen van het probleem beter dan de noodoplossing. De afwezigheid van een spreker is soms beter dan een vervanger die totaal niet voorbereid is.

Is er kostbaar materiaal in de zaal aanwezig is, voorzie dan de nodige **bewaking**. Niet alleen tijdens het evenement maar ook de dag en nacht van de op- en afbouw. Bewaking aan de vestiaire en op de parking is ook geen overbodige luxe.

Vraag aan de verhuurder van de zaal welke **verzekeringen en vergunningen** hij heeft.

Bekijk met de juridische dienst van je organisatie of het nodig is om bijkomende verzekeringen af te sluiten.

Als er belangrijke sprekers of artiesten komen, kan het nuttig zijn om politiebewaking te voorzien. Als je wegwijzers wil hangen naar je evenement, vraag dan toestemming aan de lokale politie. Bij grote evenementen is de aanwezigheid van veiligheidsdiensten zoals “Het Rode Kruis” verplicht. Informeer je hierover.





Te doen

- Maak een goede analyse van de doelstelling en de doelgroep. Ze bepalen het soort evenement dat je organiseert.
- Een rode draad versterkt de boodschap van je evenement.
- Zorg voor een multidisciplinair team. Organiseer niet alleen.
- Begin op tijd. Voor kleine evenementen volstaan 3 à 6 maanden. Voor grote projecten kan dat oplopen tot een jaar of meer. Maak een retroplanning.
- De datum en de locatie zijn cruciale stappen voor de verdere uitwerking van je evenement.
- Zorg voor een afwisselend programma. Prop het niet te vol. Werk naar een hoogtepunt toe.
- Maak duidelijke afspraken met de sprekers/animatoren.
- Voorzie altijd een hapje en een drankje van goede kwaliteit.
- Met een goede budgetplanning en -opvolging, kom je niet voor verrassingen te staan.
- Besteed veel aandacht aan de uitnodiging. Ze bepaalt de eerste indruk van je evenement.
- Ook de andere communicatiemiddelen zijn belangrijk. Ze beïnvloeden het imago en kwaliteit van je evenement.
- Organiseer een generale repetitie voor belangrijke evenementen.
- Zorg voor de nodige vergunningen, verzekeringen en bewaking.

3. Tijdens het evenement

De grote dag is aangebroken! Vandaag komen de gasten. Al het werk dat je de afgelopen maanden met je organisatieteam hebt verricht, werpt zijn vruchten af.

Met een goed draaiboek, een perfect scenario en volledige checklists, kan je het hoofd koel houden. Als organisator feest je best niet mee. Je moet je hoofd erbij houden tot op de laatste minuut van het evenement. Tot dan kan er nog altijd iets misgaan.

3.1. Draaiboek

In hoofdstuk 2 vermeldden we dat je best na elke vergadering met het organisatieteam een actielijst opstelt. Deze actielijst wordt uitgebreider en gedetailleerder naarmate het evenement dichterbij komt. Vanaf een paar weken voor het evenement spreken we niet meer van actielijst maar van “draaiboek”.

Het draaiboek is een opsomming van alle feiten en afspraken die in het kader van het evenement gemaakt zijn. Je zet er alle activiteiten in die nog moeten gebeuren, de deadline waarop ze klaar moeten zijn, wie verantwoordelijk is en de eventuele aandachtspunten bij deze activiteit.

Voorbeeld van een draaiboek

Deadline	Activiteit	Verantwoordelijke	Aandachtspunt

Je kan het draaiboek chronologisch opstellen of per onderwerp bv. catering, decoratie van de zaal. Voor de dag van het evenement zelf is een chronologisch draaiboek het handigst. Splits de activiteiten zoveel mogelijk uit, zodat je niets vergeet en zodat iedereen duidelijk ziet waarvoor hij/zij verantwoordelijk is.

Het is een goed idee om in het draaiboek een half uur voor te lopen op het programma: als de eerste spreker om 11u begint, check dan om 10u30 of hij aanwezig is in de zaal, of hij zijn microfoon al heeft, of zijn presentatie klaar staat op de computer, enz. Het draaiboek is je houvast, je leidraad. Het zal je helpen het hoofd koel te houden en zo rustig mogelijk de laatste dagen en uren van het evenement door te komen.

Zorg ervoor dat alle betrokkenen die een actieve bijdrage leveren aan je evenement een kopie van het draaiboek hebben. Neem in het draaiboek ook een lijst met telefoonnummers van alle betrokkenen op, liefst gsm-nummers. Ook de telefoonnummers van de politie, de brandweer, het dichtstbijzijnde ziekenhuis, een taxidienst, ... zijn nuttige informatie op je lijst.

3.2. Scenario

In het scenario schrijf je gedetailleerd uit wat er op de scène gebeurt. Wie staat wanneer op het podium om wat te doen? Welke technische middelen zijn daarbij vereist: licht, geluid, powerpointpresentatie, enz.?

Voorbeeld van een scenario

Begintijd	Eindtijd	Actie	Wie	Technisch materiaal: klank, video, ppt, ...	Opmerking

Overloop het scenario vooraf met de mensen die instaan voor het geluid, het licht, enz. Zo ben je zeker dat ze alles goed begrepen hebben en dat iedereen op het juiste moment weet wat hij moet doen.

3.3. Checklists

Met een goed draaiboek en scenario ben je helemaal klaar voor het evenement.

Om te kijken of je niets over het hoofd gezien hebt, kan je deze 2 checklists, voor de opbouw en de dag van het evenement, nog eens overlopen.

Onthoud volgende gouden regel: ga er niet vanuit dat iets in orde is, maar controleer het!

3.3.1. Opbouw

- Organiseer een laatste briefing met de leden van het organisatieteam
- Zet de zaal en het podium klaar
- Bezorg het beeld- en geluidsmateriaal aan de regie
- Overloop het scenario met de regie
- Houd een generale repetitie
- Plaats de bewegwijzering
- Decoreer de zaal/zalen
- Plaats de planten en bloemen
- Richt de vestiaire in
- Installeer de ontvangstbalie en leg daar al het materiaal klaar zoals de badges, de fardes, de gadgets, ...
- Check of de cadeaus voor de sprekers toegekomen zijn
- Controleer of de toiletten in orde zijn en of alle benodigde voorzieningen aanwezig zijn (toiletpapier, zeep, doekjes om de handen te drogen, ...)
- Controleer de toegankelijkheid en de bereikbaarheid van de locaties.

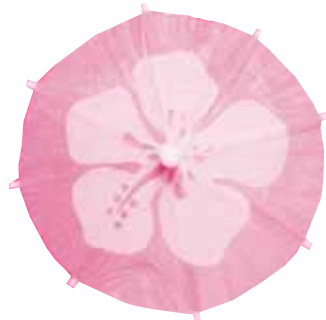
3.3.2. Het evenement zelf

- Houd een briefing met de hosts/hostesses en de parkingboys en -girls: wat moeten ze doen, wanneer, ... Geef hen ook extra informatie zoals de locatie van de toiletten, de vestiaire, de verschillende zalen, ... De hosts/hostesses zullen het eerste aanspreekpunt van je gasten zijn.
- Controleer het podium: drank, spreekgestoelte, microfoons, ...
- Zet bordjes op de stoelen voor de gereserveerde plaatsen in de zaal
- Controleer de decoratie van de zaal
- Leg de cadeaus voor de sprekers klaar in de buurt van het podium.
- Plaats de bewegwijzering buiten de zaal
- Controleer de bewegwijzering in de zaal
- Controleer of de badges in alfabetische volgorde klaarliggen
- Controleer of de fardes klaarliggen
- Controleer of de hosts/hostesses klaar zijn
- Controleer de ontvangstruimte van de vips, de artiesten, de pers, ...
- Leg de persmappen voor de journalisten klaar
- Controleer de tafelschikking, de menu's, ...
- Verwelkom en ontvang de sprekers. Overloop met hen nog heel kort de belangrijkste punten.
- Controleer de catering voor artiesten en sprekers

- Controleer de catering voor de gasten
- Controleer tijdens het evenement regelmatig de animatie: is het geluid optimaal, is de belichting ok,...

Te doen

- Zorg dat alle betrokkenen uit het organisatieteam een volledig draaiboek hebben met telefoonlijst.
- Maak een uitgebreid scenario dat je vooraf met de regie doorneemt.
- Ga er niet vanuit dat iets in orde is, maar controleer het!
- Als organisator feest je best niet mee. Je moet je hoofd erbij houden tot op de laatste minuut van het evenement. Tot dan kan er nog altijd iets misgaan.



4. Na het evenement

Als je de deuren van je evenement gesloten hebt, is het uiteraard nog niet gedaan. De gasten zijn wel weg, maar voor jou is er nog veel werk. De zaal moet leeggemaakt worden, de facturen moeten betaald worden, de evaluatieverslagen moeten verwerkt worden, enz. De nazorgfase en de evaluatie worden doorgaans snel en slordig afgehandeld. Nochtans kunnen deze laatste stappen je cruciale informatie opleveren voor het succes van je volgende evenement.

4.1. Nazorg

Alles wat je opgebouwd hebt zoals de vestiaire, het podium, de decoratie, enz. moet ook weer afgebroken worden. Ook de fardes, brochures en gadgets die je niet uitgedeeld hebt, moeten opnieuw mee naar kantoor. Voorzie voldoende personeel om deze **afbouw** te doen. Zorg ook voor vervoer van het materiaal. Verwittig ook de externe leveranciers hierover. Meestal moet de afbouw nog dezelfde dag gebeuren. Doe je dat niet, dan moet je extra huur betalen voor de locatie. Denk hier op voorhand aan en reserveer de zaal indien nodig een halve dag langer.

Stuur alle mensen die meegewerkt hebben aan je evenement zo snel mogelijk een **bedanking**: de collega's, de externe partners, de sprekers, ... Een "dank je wel" kost niet veel moeite en doet altijd deugd! Zo kan je hopelijk in de toekomst opnieuw een beroep op hun diensten doen. Voor het organisatieteam kan je eventueel een receptie of diner organiseren. Overtuig de directie om het organisatieteam te bedanken. Ze zullen dat erg appreciëren.

Controleer en betaal de laatste facturen. Indien je niet tevreden bent over de geleverde producten of diensten van een leverancier, schrijf dan een klachtenbrief en laat de factuur eventueel aanpassen. Hierna kan je je budget afsluiten. Hierbij kan je eventueel de kostprijs per deelnemer berekenen.

Klasseer en archiveer alle documenten, draaiboeken, contracten en facturen goed. Ze kunnen van pas komen voor een volgend evenement.

4.2. Communicatie

Na het evenement is er nog heel wat communicatiewerk te verrichten.

Als je evenement “nieuwsaarde” had, verstuur dan na je evenement een persbericht. Vermeld zeker een contactpersoon zodat de journalisten daar terecht kunnen voor bijkomende informatie. Maak een overzicht van alle artikels die in de pers verschenen zijn. Het aantal artikels en de toon van de artikels zullen je al een eerste input voor de evaluatie geven.

Indien je een congres of een studiedag georganiseerd hebt, kan je de deelnemers die niet aanwezig waren een map met documenten opsturen. Je kan alle documenten en presentaties ook op de website zetten zodat ze beschikbaar zijn voor iedereen. Let wel op de copyright: om een tekst op je website te publiceren, heb je schriftelijke toestemming van de auteur nodig.

Publiceer een artikel over het evenement in je personeelsblad, op het intranet, de website, ... Dit is leuk voor de aanwezigen maar ook voor diegenen die er niet bij waren. Via de interne communicatiekanalen kan je de eigen medewerkers bovendien nog eens extra bedanken.

Laat de foto's die je gemaakt hebt, ontwikkelen. Als je het evenement of bepaalde delen ervan opgenomen hebt, kan je hiervan een mooie montage laten maken. De foto's of het filmpje kan je ook via de website ter beschikking stellen.

Je kan de deelnemers een verslag van het evenement sturen. Zo hebben ze een blijvend souvenir. Dit verslag kan verschillende vormen aannemen: het kan een bundeling zijn van alle presentaties die gegeven werden, een fotoverslag of een echte evenementenkrant met inhoudelijke artikels, interviews en sfeerbeelden.

4.3. Evaluatie

De laatste stap van je evenement is de evaluatie. Het aantal aanwezige deelnemers (ten opzichte van het aantal inschrijvingen), je eigen gevoel, de reacties die je krijgt tijdens het evenement, de aandacht van media, ... geven je al een eerste input voor de evaluatie. Vul deze informatie aan met een meer gestructureerde evaluatie.

Je kan werken met een evaluatieformulier dat de deelnemers op het einde van het evenement invullen. In hoofdstuk 7 vind je een aantal voorbeelden van evaluatieformulieren. Je kan ook een telefonische enquête doen een paar dagen na je evenement. Meer informatie over evaluatiemethodes vind je in de COMM Collection Nr 15 “Communicatie-acties evalueren”.

Plan altijd een evaluatievergadering met de belangrijkste actoren: de opdrachtgever, het organisatieteam, de externe partners, ... Tijdens deze vergadering kunnen de volgende zaken aan bod komen:

- werden de doelstellingen bereikt? Waarom?
- wat is goed verlopen? Waarom?
- wat is slecht gelopen? Waarom? Hoe was dat te vermijden?
- wat kan een volgende keer beter of efficiënter? Lessons learned?

De 3 laatste vragen kan je stellen over de verschillende onderdelen van het evenement: de voorbereiding, het evenement zelf, en de nazorg en de evaluatie.

Schrijf alle elementen van de evaluatie neer in een verslag, zowel de goede als de negatieve punten. Een goed evaluatieverslag is een bron van informatie voor jezelf, voor collega's-organisatoren en voor de organisatie. Het helpt je om het volgende evenement nog beter te doen. Bezorg dit evaluatieverslag aan de leden van het organisatieteam en ook aan de directie.

Te doen

- Voorzie voldoende personeel voor de afbouw.
- Bewaar alles: draaiboek, evaluatie, begroting, ... Dit is nuttige informatie voor een volgend evenement.
- Communiceer: een persbericht, verslag, ...
- Doe een gestructureerde evaluatie met alle betrokken partijen. Heb ook aandacht voor de zaken die goed gelopen zijn.



5. Praktische fiches

Dit deel bevat praktische fiches voor het organiseren van vier soorten evenementen die vaak voorkomen binnen de federale overheid:

- een beurs(stand) (5.1.)
- een persconferentie (5.2.)
- een personeelsfeest (5.3.)
- een studiedag/seminarie (5.4.)

5.1. Beursstand

Doelstelling

(zie 2.1.)

De voornaamste doelstellingen van een deelname aan een beurs zijn:

- informatieverstrekking
- contacten leggen met de bezoekers
- naambekendheid
- imagoverbetering
- netwerking
- werving van personeel.

Een deelname aan een beurs is een interactief gebeuren. Het is dus veel meer dan alleen een manier om brochures te verspreiden.

Doelgroep

(zie 2.1.)

Het is heel belangrijk om te weten wat het profiel is van de bezoekers van de beurs. Zo kan je zowel de informatie die je zal verstrekken daarop afstemmen, als de aankleding van de stand, de keuze van het gadget, enz.

Keuze van de activiteit/het thema

(zie 2.2.)

Het thema wordt meestal bepaald door de organisator van de beurs. Je kan hier op inspelen door bv. een prijsvraag of wedstrijd te organiseren die aansluit bij het thema.

Organisatieteam

(zie 2.3.)

Indien de beurs in het weekend plaatsvindt, verwittig je best zo snel mogelijk de personeelsleden die deze datum in hun agenda moeten reserveren. Voor de beloning van hun inspanningen maak je best vooraf duidelijke afspraken over: prestatievergoeding, verplaatsingskosten, de maaltijden en werktijden op de beurs, enz.

Planning (zie 2.4.)

De planning van de opbouw van de stand, de opening van de beurs, het opruimen van de stand, het programma van de sprekers, ... krijg je meestal van de beursorganisator. Maak zelf ook een interne planning op met o.a.:

- briefing standpersoneel (bezettingsschema opstellen, opfrissing kennis personeel over de organisatie en de diensten en producten, gewenste kledij, individuele taken zoals folders aanvullen, enz.)
- logistiek (vervoer materiaal, opbouw en aankleding stand, naambadges, toegangskarten, parkeerkaarten, afbouw stand, opruimen stand)
- bedanking personeel
- evaluatievergadering.

Datum en locatie (zie 2.5.)

De datum wordt bepaald door de organisator. Het is belangrijk om te weten of de beurs plaatsvindt in de week of in het weekend of eventueel in een vakantieweek. Kijk zeker na of er in dezelfde periode geen andere beurzen plaatsvinden waar je organisatie ook op aanwezig moet zijn. Dat zal gevolgen hebben voor de beschikbaarheid van standmateriaal en -personeel.

Als standhouder is het een troef als je dichtbij de ingang staat. Zo ben je er zeker van dat alle bezoekers langs je stand zullen komen. Ook sta je als overheidsdienst best bij andere overheidsdiensten.

Vraag aan de organisator een plan van de zaal met de plaats van de verschillende standhouders. Op de stand werk je best met een frontoffice (onthaal voor algemene vragen) en een backoffice (experts in een bepaald domein).

Animatie (zie 2.6.1.)

Bij sommige beurzen bestaat de mogelijkheid om een presentatie te geven over je organisatie in een speciaal daarvoor voorziene ruimte. Dat kan heel interessant zijn om je organisatie grondiger te profileren, een groter publiek te bereiken en diepgaandere informatie mee te geven aan de bezoekers.

Om zoveel mogelijk bezoekers naar je stand te lokken, kan je zorgen voor animatie op je stand: een wedstrijd, een miniworkshop, een quiz, enz.

Catering

(zie 2.6.1.)

Vraag aan de beursorganisator wat er voorzien is voor het standpersoneel (drank, sandwiches). Communiceer dit ook duidelijk naar je personeel. Indien er niets voorzien is, kan je best zelf drank meebrengen. Het kan ook een plus zijn om een hapje en een drankje te voorzien voor de bezoekers van je stand.

Budget

(zie 2.7.)

Hoe groter je budget, hoe meer standruimte je kan reserveren, hoe luxueuzer je je stand kan inrichten en aankleden. Maar ook met een klein budget en wat creativiteit kan je veel bereiken, bv. met grote affiches (digitaal gedrukt). Je kan de kosten ook reduceren door zoveel mogelijk eigen materiaal mee te nemen: pc, beamer, scherm, enz.

Communicatie

(zie 2.8.)

Het is belangrijk dat iedereen dezelfde boodschap verkondigt op de beursstand. Besteed hier voldoende aandacht aan bij de briefing van het standpersoneel.

Vraag aan de beursorganisator of het logo en/of de naam van je organisatie kan vermeld worden op de affiche, de website, het beurskrantje, enz... Zorg ook dat de naam van je organisatie duidelijk zichtbaar is op de stand.

Je kan heel wat mensen uitnodigen op je stand, denk maar aan: de personeelsleden met eventueel hun partner, een aantal VIP's, je belangrijkste klanten, de pers, de vakbonden, enz... Je kan eventueel een VIP-ruimte voorzien en een hapje en drankje aanbieden. Soms wordt er een centrale VIP-ruimte beschikbaar gesteld door de beursorganisator. Indien de pers aanwezig is, bepaal je best ook op voorhand wie deze te woord zal staan.

Aankleding van de stand:

- affiches: afmetingen, hoe ophangen?, ...

- pc, scherm, filmpje
 - schikking stand: open, frontoffice - backoffice
 - afschermen met planten
 - vergaderhoekjes
 - brochurehouders
 - enz.
- Communicatiemateriaal:**
- visitekaartjes
 - flyers met specifieke boodschap
 - badges voor het standpersoneel met het logo van de organisatie
 - gadgets aangepast aan het doelpubliek en de boodschap
 - brochures
 - zakken met logo van de organisatie om brochures in te steken
 - evaluatieformulieren
 - registratieformulieren (profiel van de bezoeker)
 - persmap
 - dozen voor evaluatieformulieren, wedstrijdformulieren, cv's,...

Aandachtspunten:

- elektrische aansluitingen, pc, verlichting, tapijt, enz.
- toegankelijk voor mindervaliden
- standmeubilair voorzien of zelf meebrengen?
- chauxfeur voorzien
- afbraak regelen (duurder als je nog een dag langer blijft)
- EHBO-kit

- hulpmateriaal: schaar, plakband, ...
- taal van het standpersoneel aanpassen aan de taal van de bezoekers

Informeel of er een stockgeruimte voorzien is voor de beursdeelnemers. Je kan ook altijd zelf een stockgeruimte inbouwen op je stand.

Zorg dat er iemand is die foto's kan maken. Deze kan je gebruiken in de communicatie na de beurs.

Zorg ook voor communicatie over de beurs in je eigen organisatie: de affiches, een link of een banner op je eigen website, enz.

Risico's (zie 2.9.)

Als je portables en flatscreens op je stand hebt, hou ze dan in de gaten, ook tijdens de opbouw en afbouw van de stand.

Informeel bij de beursorganisator naar de afspraken rond veiligheid. Denk maar aan wie je moet verwittigen als een bezoeker onwel wordt op je stand. De nooduitgangen moeten op het beursplan aangeduid zijn.

Nazorg en evaluatie (zie 4.)

Hou statistieken bij van het aantal uitgedeelde brochures, de aanwezigheden van het personeel, het aantal bezoekers, enz.

Vergeet niet om iedereen te bedanken die heeft meegewerkt. Organiseer een evaluatievergadering met alle betrokkenen. Plaats enkele foto's op het intranet.

Doelstelling (zie 2.1.)

De doelstellingen van een persconferentie zijn:

- informatieverstrekking: organiseer enkel een persconferentie als je echt “belangrijk nieuws” te melden hebt. Er moet een boodschap zijn. Bv: iets nieuws, een resultaat of een actie die je speciaal in de verf wil zetten, ...
- verduidelijking: een persconferentie is aangewezen als je nieuws extra mondelinge toelichtingen vereist. Bv. in een crisissituatie kan een persconferentie de ideale gelegenheid zijn om de “juiste” informatie te geven
- interactie: de journalisten hebben de mogelijkheid om vragen te stellen. De journalisten van vandaag zijn meer generalisten dan specialisten. Laat hen vragen stellen, zodat ze het nieuws goed begrepen hebben.

Doelgroep (zie 2.1.)

Een persconferentie organiseer je altijd voor journalisten. Zij zijn echter maar een tussenpersoon om het nieuws door te geven aan de uiteindelijke doelgroep van je nieuws.

Bv. de burgers, de gepensioneerden, de studenten, de ambtenaren, de gezinnen, de Vlamingen, de Walen, enz.

Denk goed na over de uiteindelijke doelgroep van je nieuws en via welke kanalen je die het best kan bereiken. Zo zal je snel een zicht krijgen op welke journalisten je kan uitnodigen: welk medium (radio, televisie, geschreven pers, ...), periodiciteit van het medium, journalistieke invalshoek van het medium, verspreiding van het medium, ...

Keuze van de activiteit/het thema (zie 2.2.)

Zorg voor een centraal thema, één duidelijk boodschap van je persconferentie. Probeer je onderwerp op een originele en frisse manier te brengen.

5.2. Persconferentie

Organisatieteam

(zie 2.3.)

De dienst communicatie/woordvoerder organiseert en coördineert de persconferentie en ziet toe op de medewerking van:

- de dienst die instaat voor de verstrekte informatie
- de logistieke diensten (onthaal, catering, vertaling, ...)
- het leidinggevend team
- de externe partners (indien ze meewerken aan het product/de dienst)

Planning

(zie 2.4.)

Sommige persconferenties kunnen vooraf duidelijk gepland worden, andere niet bv. bij crisissituaties. Indien mogelijk bepaal je de datum toch best 2 weken op voorhand. Zo heb je nog voldoende tijd om de uitnodigingen te versturen.

Datum en

locatie

(zie 2.5.)

De datum, het uur en de locatie zijn van essentieel belang voor het slagen van je persconferentie.

Datum en uur:

- zorg dat de belangrijkste sprekers op de gekozen datum zeker vrij zijn.
- controleer of er geen andere belangrijke persconferenties zijn op hetzelfde moment.
- als de persconferentie op een specifieke locatie moet doorgaan, zorg dan dat de locatie zeker vrij is die dag.
- het ideale uur om een persconferentie te organiseren is tussen 10 en 11 uur in de voormiddag.
- de maximum duur voor een persconferentie is 30 minuten. Nadien is er nog tijd voor een formele vraag- en antwoorronde en eventueel nog een informeel moment voor vragen en interviews.
- stem de datum af op de deadlines van de voornaamste media die jouw informatie zouden kunnen overnemen. Dit is vooral belangrijk bij media die niet dagelijks verschijnen bv. wekelijkse of maandelijkse tijdschriften.

Locatie:

- zorg dat de zaal uitgerust is met al het technisch materiaal dat je nodig hebt: vaste microfoons, loopmicrofoons, pc, internetverbinding, projector, dvd-speler, schrijfbord, simultaanvertaling, ...
- kies geen te grote ruimte. Zo vermijd je een lege en ongezellige indruk.
- kies een zaal met een goede akoestiek. Let er ook op dat er geen storende achtergrondgeluiden zijn.
- kies een locatie die gemakkelijk bereikbaar is, ook met het openbaar vervoer. Zorg voor voldoende parkeergelegenheid.
- als er interviews gepland zijn na de persconferentie, voorzie je best een duidelijk afgescheiden ruimte hiervoor.
- het kan een plus zijn als er een verband is tussen de locatie en het onderwerp van je persconferentie.
- zorg dat fotografen en cameramannen over de nodige bewegingsruimte beschikken en voldoende licht hebben.
- zorg dat je de zaal kan decoreren met de naam en het logo van je organisatie. Zorg dat deze ook goed zichtbaar zijn achter de sprekers. Zo komen ze goed in beeld.
- zorg dat er in de zaal ook ruimte is om de journalisten te ontvangen en de persmappen te overhandigen.

Animatie

(zie 2.6.1.)

De basisregel voor je presentatie(s) is: hou het kort, krachtig en eenvoudig.

- Zorg dat er één centrale boodschap is. Daarnaast kan je nog enkele aanvullende boodschappen formuleren maar hou dit beperkt.
- Zorg dat je goede sprekers hebt. Het onderwerp van je persconferentie moet zo helder mogelijk voorgesteld worden. Je moet de journalisten blijven boeien. Lok ook interactie uit.
- Zorg ervoor dat de sprekers hun tekst niet van hun blad aflezen maar dat ze “een verhaal vertellen”.

- Beperk het aantal sprekers, 3 à 4 verschillende sprekers is het maximum.
- Kies sprekers op basis van de inhoud. Het hoeft dus niet altijd de hoogste in rang te zijn: de chef. De spreker moet de materie volledig beheersen en ook kunnen reageren op eventuele vragen.
- Geef de niet-ervaren sprekers een communicatiecoaching: oefen de presentatie, bereid enkele vragen voor, geef opmerkingen over de taal, de lichaamstaal, de kleding, ...
- Zorg dat alle sprekers elkaars presentatie vooraf ingekeken hebben. Zo vermijd je tegenstellingen en overlappingen.
- Maak duidelijke afspraken over de tijd die elke spreker krijgt voor zijn presentatie. Zorg ervoor dat ze hun tijd respecteren. Duid ook iemand aan die tijdens de persconferentie een teken kan geven aan de spreker indien de tijd overschreden wordt.
- Als je organisatie een woordvoeder heeft, neemt hij best bij elke persconferentie even het woord, bv. de inleiding of het slot. Tenslotte is hij voor de journalisten vaak het “gezicht” van de organisatie.

Catering (zie 2.6.2.)

Na de persconferentie kan je een drankje en een hapje (broodje, koud buffet, ...) aanbieden. Dit schept een gezellige sfeer en biedt meer kansen op persoonlijke, informele contacten met de journalisten. Als er interviews gepland zijn, voorzie je beter een ruimte die duidelijk afgescheiden is van de receptieruimte (geluidsinstallatie, enz.). Een uitgebreide lunch is niet nodig, de journalisten hebben hier te weinig tijd voor.

Budget (zie 2.7.)

Om een persconferentie te organiseren is meestal een beperkt budget vereist.

De uitnodiging

- De uitnodiging moet de belangstelling van de journalist onmiddellijk wekken. Hij moet zich aangesproken voelen om naar je persconferentie te komen. Hij moet aanvoelen dat hij een interessant artikel kan maken. Let op dat je nieuws in de uitnodiging nog niet volledig prijsgeeft. Anders doet de journalist niet de moeite om nog te komen.
- Stuur de uitnodiging 2 à 3 weken op voorhand, bij voorkeur per e-mail.
- Stuur de uitnodiging zowel naar de algemene redactie als naar de journalist die gespecialiseerd is in het domein waarover de persconferentie gaat.
- Stuur de dag vóór de persconferentie een herinnering.
- Vraag altijd aan de journalisten om hun aanwezigheid te bevestigen. Wees je ervan bewust dat de actualiteit ervoor kan zorgen dat de journalist toch niet aanwezig is. Als je de journalisten voorstelt gebruik te maken van een parking, vraag dan een reservatie. Hierdoor kan je ook weten of hij/zij wel of niet komt.
- Inhoudelijke elementen van de uitnodiging: datum, uur, locatie, onderwerp, naam van de organisatie die de persconferentie organiseert, sprekers, routebeschrijving, contactpersoon met gsm-nummer.
- vermeld ook duidelijk of er na de persconferentie gelegenheid is om interviews af te nemen.
- Als de belangrijkste media de dag voor je persconferentie nog niet gereageerd hebben, neem dan telefonisch contact met hen op.

Interne communicatie

Breng de personeelsleden van je organisatie op de hoogte van de persconferentie. Dit is vooral belangrijk voor de diensten waarop een beroep wordt gedaan (onthaal, vertalers, ...).
Communiqueer ook voor de persconferentie aan alle personeelsleden over de inhoud, zo vermijd

je dat medewerkers het nieuws over hun organisatie via de media moeten vernemen.

Maak goede afspraken met de medewerkers van je organisatie. Laat hen weten of ze mogen antwoorden op vragen van de pers, en naar wie ze eventueel moeten doorverwijzen.

Persmap

De journalisten ontvangen bij het binnenkomen een persmap. In de persmap zitten de volgende documenten: een persbericht of voorbeeldartikel, de presentaties, achtergrondinformatie, cijfers en tabellen (indien van toepassing), algemene informatie over de organisatie, foto of beeldmateriaal en gegevens van de contactpersoon waar de journalist bijkomende informatie kan verkrijgen.

- Als er heel veel informatie in de persmap zit, steek dan vooraan een inhoudsopgave.
- Zorg dat je persmap nog overzichtelijk blijft. Stop er niet te veel informatie in. De journalist moet de belangrijkste informatie immers snel kunnen terugvinden.
- Zorg dat de persmappen beschikbaar zijn in de taal van de journalist.
- Vermeld op de presentaties ook altijd de namen van de sprekers en hun functie. Zo vermijd je fout gespelde namen in de media.
- Bied de journalisten de mogelijkheid om een keuze te maken uit een serie foto's. Ze hebben niet altijd de tijd of de middelen om zelf een fotograaf mee te brengen.

De persconferentie zelf

- Begin altijd op tijd. Anders straft u de journalisten die op tijd kwamen.
- Zorg ervoor dat er duidelijk leesbare naamkaartjes voor de sprekers zijn.
- Noteer de gegevens van de aanwezige journalisten.

Na de persconferentie

- Bezorg de afwezige journalisten een persmap.
 - Journalisten die afwezig waren maar met wie je een goede relatie hebt, kan je telefonisch contacteren om hen zo de belangrijkste informatie door te geven.
 - Zorg voor een follow-up. Hou geïnteresseerde journalisten op de hoogte van het verdere verloop van de gebeurtenissen of de latere evoluties in het dossier. Dit kan je doen door persberichten te versturen. De contacten die tijdens de persconferentie gelegd werden, kunnen zo verder uitgebouwd worden.
 - Zorg dat de belangrijkste informatie van je persconferentie ook op je website terug te vinden is.
-
- Maak een overzicht van al de artikels die verschenen zijn. Zorg voor een kwantitatieve, maar ook voor een kwalitatieve evaluatie van de verspreiding van je informatie: aantal artikels, toon van de artikels (positief, negatief), verspreiding in de gespecialiseerde pers, enz.
 - Bekijk de lijst van de aanwezige journalisten.
 - Indien er fouten in een artikel staan, reageer dan altijd!
 - Organiseer een debriefing met het organisatie-team.

Nazorg en evaluatie (zie 4.)

5.3. Personeelsfeest

Doelstelling (zie 2.1.)

De personeelsleden van een team of zelfs van een hele organisatie samenbrengen kan drie doelen hebben:

- het vieren van een gebeurtenis (bv. Sinterklaas, Nieuwjaar, ...)
 - bedanken
 - de teamspirit bevorderen (teambuilding)
- Maak van bij het begin duidelijk in welke sfeer het evenement zal plaatsvinden. Dit zal bepalend zijn voor de activiteit(en) die je zal kiezen, alsook voor de manier om die te organiseren (zie keuze van de activiteit).

Doelgroep (zie 2.1.)

Van bij het begin moet duidelijk zijn of het gaat om een activiteit:

- die enkel bedoeld is voor de medewerkers
 - waaraan ook de gezinsleden van de medewerkers kunnen deelnemen.
- Ook de omvang van de groep is belangrijk. Soms is het aangewezen om met subgroepen te werken.

Hou rekening met de verschillen qua taal, afkomst, leeftijd, diversiteit (personen met een handicap,...) (zie keuze van de activiteit).

Keuze van de activiteit/het thema (zie 2.2.)

- Kies een activiteit die aangepast is aan de behoeften van de doelgroep (sportieve, culturele activiteiten, enz.), zonder de doelstelling uit het oog te verliezen. Zo worden voor teambuilding veeleer ludieke activiteiten aangeraden, met de nadruk op 'motivatie'. Het kan interessant zijn om een centrale activiteit voor iedereen (bv. ontbijt) af te wisselen met activiteiten in kleinere groepen.
- Stel eventueel gemengde groepen samen. Zo vermijd je dat de deelnemers weer met hun eigen collega's in een groep zitten. Voor het samenstellen van de groepen kan je een externe persoon of een (computer)programma inschakelen. Zo vermijd je spanningen tussen collega's.

- Doseer de creativiteit: probeer te verrassen, maar niet te choqueren. Breng voldoende “variatie” in je evenement, zelfs al is het een gewoon feestje. Voor de nieuwaarsreceptie bv. kan je elk jaar een ander centraal thema zoeken. De decoratie, de muziek en het eten kunnen dan aan dit thema aangepast worden.
- Je evenement is de ideale gelegenheid om de doelstellingen en de waarden van de organisatie nogmaals in herinnering te brengen. Het is altijd interessant om een evenement te koppelen aan de activiteiten van de organisatie (bv. een dag in het kader van de duurzame ontwikkeling binnen de organisatie).
- Enkele goede praktijken:
 - Circusworkshop met een combinatie van acrobatie, magie, enz.
 - Cursus wereldkeuken en/of -muziek en animatie rond diversiteit
 - Tai-chiworkshop, met animatie rond welzijn op het werk en een voorstelling van de teams van preventieadviseurs
 - Tentoonstelling van ‘intern talent’
 - Wandeling met zoektocht in de stad
 - Speeddaten: iedere persoon krijgt drie minuten om ‘kennis te maken’ en schuift vervolgens een plaats op.
 - Uitdelen van “geschenken”: iedere deelnemer koopt een geschenkje voor een minuscuul bedrag (bv. 2 euro) waarmee op de dag van de teambuilding een tombola wordt georganiseerd.

Organisatieteam (zie 2.3.)

Je evenement kan georganiseerd worden door:

- een extern bureau (evenementenbureau, communicatiebureau, ...)
- een organiserend comité samengesteld uit ten minste de vertegenwoordigers van de diensten communicatie, P&O, logistiek
- een organiserend comité, bijgestaan door vrijwilligers (personeelsleden)

Als je met vrijwilligers werkt, moet één persoon de voorbereiding coördineren en vooraf werkplantes vastleggen (bv. thema van het evenement, soorten activiteiten). Je kan ook werken met subgroepen per organisatie-thema (bv. groep catering, groep activiteiten, groep decoratie, enz.).

Ook de betrokkenheid van het management is noodzakelijk: opvolging van de beslissingen in het directiecomité, actieve deelname tijdens het evenement (bv. via de secretariaten de datum vastleggen in de agenda van de leidinggevenden).

Planning (zie 2.4.)

Zelfs voor kleine evenementen is het nodig dat iemand van het organiserend comité de planning opvolgt en regelmatig verslag uitbrengt aan het management en aan de andere personen die bij de organisatie betrokken zijn.

De planning dient ook als basis voor een stapsgewijze communicatie naar het personeel.

Datum en locatie (zie 2.5.)

- Een personeelsfeest tijdens de werkuren organiseer je best op een dinsdag of een donderdag. Zo kunnen de personeelsleden die deeltijds werken (meestal op een maandag, woensdag of een vrijdag) ook deelnemen. Evenementen in het weekend of 's avonds zijn niet gebruikelijk bij de overheid.
- Kies altijd een locatie die gemakkelijk bereikbaar is met het openbaar vervoer. Voor teambuilding kies je best een gezellige locatie. Vermijd om binnen de eigen gebouwen te blijven. Veel personeelsleden gaan dan tijdens de pauzes hun e-mail lezen en zijn dan vaak te laat voor de volgende activiteit.
- Betrek de directe omgeving van de organisatie bij de evenementen. Doe bijvoorbeeld een beroep op de handelaars in de omgeving om de integratie van je personeel in de buurt te bevorderen.
- Respecteer het taalevenwicht (bv. als je het ene jaar kiest voor een locatie in Vlaanderen, kies je het volgende jaar een locatie in Wallonië).

Animatie (zie 2.6.1.)

- Doe een beroep op intern talent (bv. fotograaf)
- Draag zorg voor de interventies van het management (bv. toespraak van de voorzitter): kies voor een levendige toespraak, met anekdotes, niet te lang en in de beide talen (toezicht door dienst communicatie)
- Schenk ook voldoende aandacht aan het “geluid” in de zaal. Zorg dat de hele zaal alles goed kan horen.

Catering (zie 2.6.2.)

Dit is een van de belangrijkste succesfactoren voor je evenement (“brood en spelen”). Voorzie hiervoor dus een voldoende groot budget en “test” de cateraar op voorhand uit. Het is belangrijk te zorgen dat er voor elk wat wils is: vis, vlees, vegetarisch. Houd ook rekening met het ‘intern beleid van de organisatie’ (bv. niet-alcoholische dranken)

Budget (zie 2.7.)

Zorg dat er een contactpersoon is, die alle facturen en kosten van het evenement bijhoudt.

Communicatie (zie 2.8.)

- Voor teambuildingactiviteiten is het interessant om er “de spanning in te houden”: je deelt de praktische modaliteiten mee (plaats en uur van afspraak, speciale kledij, enz), maar zegt niets over de inhoud van de activiteit.
- Wat betreft de praktische bepalingen moet je steeds, in overleg met de dienst P&O, duidelijkheid scheppen over de “regels” (verplichte activiteit, dienstvrijstelling, verlof, enz).
- Combineer papieren en elektronische communicatie. Zo bereik je iedereen.
- Verlies de externe communicatie niet uit het oog (het imago van de organisatie in de pers, ‘out-of-office’-melding voor de klanten, enz).

Risico's
(zie 2.9.)

- Informeer je goed over de verzekering(en), want het gaat om “extraprofessionele” activiteiten
- Geef een lijst met contactpunten aan de leden van het organisatie team (bv. gsm-nummer van de organisator, gsm-nummer van de groepsverantwoordelijke, noodnummers)

Nazorg en evaluatie
(zie 4.)

- Bedank het personeel.
- Geef de voorkeur aan een rechtstreekse evaluatie en koppel die aan een debriefing met het organisatie team.
- Deel de resultaten van de evaluatie mee aan alle personeelsleden en aan het management.

5.4 Studiedag/seminarie

Doelstelling (zie 2.1.)	<p>De doelstellingen van een studiedag zijn:</p> <ul style="list-style-type: none">• informeren, bekend maken, aankondigen, promoten• motiveren, teamgeest bevorderen• beleidsvorming: strategie bepalen, beleidslijnen uittekenen, doen nadenken, dynamiek opwekken• opleiding, kennis en ervaringen delen• netwerking
Doelgroep (zie 2.1.)	<p>Bepaal vooraf duidelijk wie de doelgroep van je studiedag is. Probeer een inschatting te maken van het aantal aanwezigen op je evenement. Dit zal gevolgen hebben voor de locatie, het budget, het programma, enz.</p>
Keuze van de activiteit/het thema (zie 2.2.)	<p>Bepaal een duidelijk thema/rode draad voor je studiedag. Zoek een slogan of een beeld dat goed de inhoud van je studiedag weerspiegelt. Dit thema kan je gebruiken voor de uitnodiging, de decoratie, het gadget, in de openingspeech, enz. Dit geeft een echte meerwaarde aan je studiedag.</p>
Organisatieteam heeft. Zorg dat er	<p>Richt een organisatieteam op waarin elk lid een duidelijk afgebakende bevoegdheid (zie 2.3.) zeker een verantwoordelijke “logistiek” is. Die zal zijn handen vol hebben met o.a. de technische uitrusting van de zaal, de badges en informatiemappen voor de deelnemers, enz.</p>
Planning (zie 2.4.)	<p>Drie maanden is een minimum. Maak een goede retroplanning op.</p>

Datum en locatie (zie 2.5.)

Datum

- Zorg dat de belangrijkste sprekers zeker beschikbaar zijn. De datum van je studiedag wordt vaak door hen bepaald.
- Controleer of er voor je doelgroep geen andere evenementen gepland zijn.
- Vermijd schoolvakanties.
- Studiedagen worden best in de week georganiseerd. Vermijd begin en einde van de week en feestdagen.
- Het kan aangewezen zijn om de locatie de dag of de avond voor je evenement al te huren. Zo kan je alles al op voorhand klaarzetten en uittesten.

Locatie

- Organiseer een verkennend bezoek. Zo krijg je meteen een goed beeld van de locatie en zijn omgeving. Zorg dat er voldoende zalen zijn voor al je activiteiten. Denk ook aan een ruimte voor de vestiaire, ontvangstbalie, ...
- Vraag altijd een uitgebreide beschrijving van de technische mogelijkheden van de zaal.
- Kijk na of er een vaste cateraar aan de zaal verbonden is. Indien niet, moet je hier zelf voor zorgen.
- Zoek een locatie die gemakkelijk met het openbaar vervoer bereikbaar is. Als dat niet mogelijk is, zorg er dan voor dat er voldoende parkeerplaatsen zijn.
- Loopt je studiedag over meerdere dagen, zorg dan dat de deelnemers/de sprekers de mogelijkheid hebben om te overnachten. De nabijheid van een hotel is dan aangewezen.

Tip: indien je regelmatig studiedagen organiseert, leg dan een gegevensbank aan met de mogelijke locaties. Deze databank moet systematisch geactualiseerd worden.

Animatie (zie 2.6.1.)

- De keuze van de sprekers is fundamenteel: ze moeten interesse opwekken, het publiek boeien en de doelgroep kunnen begeisteren.
- Maak duidelijke afspraken over de tijd die elke spreker krijgt voor zijn presentatie. Zorg ervoor dat ze hun tijd respecteren.
- Zorg dat alle sprekers elkaars presentatie vooraf ingekeken hebben. Zo vermijd je overlappingsen.
- Geef de niet-ervaren sprekers een communicatiecoaching: oefen de presentatie, bereid enkele vragen voor, geef opmerkingen over de taal, de lichaamstaal, de kleding, ...
- Zorg indien mogelijk voor een repetitie net vóór het evenement, bv. de avond voordien. Op die manier kunnen de sprekers repeteren in reële omstandigheden en kunnen ze al met elkaar kennismaken.
- Prop je programma niet te vol. Voorzie informele momenten waarop de deelnemers met elkaar kunnen praten. Een stukje film, een muzikaal intermezzo, een minioptreden, ... zorgt ervoor dat je dagindeling wat gebroken is en de deelnemers zich even kunnen ontspannen.
- Zorg voor een moderator die alle sprekers aan- en afkondigt.
- Zorg voor interactie tussen de sprekers en de deelnemers bv. vragensessie na de sprekers, workshops, enz.
- Loopt je studiedag over meerdere dagen, voorzie dan de mogelijkheid om 's avonds een activiteit te doen (film, bowling, wandelen, ...).

Catering (zie 2.6.2.)

- Het aanbod van traiteurs is heel uitgebreid.
- Kies voor een lichte lunch. De deelnemers van de studiedag moeten in de namiddag ook nog aandachtig blijven.
 - Zorg zeker voor vegetarische gerechten.
 - Alcohol is geen must. Verse fruit- en groentesappen vallen heel erg in de smaak.
 - Maak duidelijke afspraken met de traiteur over de duur van de lunch of het diner. Je moet

de timing van je programma kunnen respecteren.

- Zorg dat er voldoende buffetten zijn, zodat de wachtrijen niet te lang zijn. Hiervoor moet de traiteur voldoende personeel inschakelen.

Budget (zie 2.7.)

Hou naast de kosten voor de eigenlijke organisatie van het evenement (zaal, materiaal, traiteur, enz.) ook rekening met de kosten voor de sprekers of moderatoren:

- loon en onkosten (verplaatsing, verblijf, maaltijden, ...)
- bloemen of een geschenk indien je de sprekers niet moet betalen.

Informeer je goed over wat inbegrepen is in de kostprijs van de zaal en wat niet. Vraag de prijzen op van alle faciliteiten die je eventueel nodig hebt (vertaalcabines, hostesses, ...). Vraag na of je gebonden bent aan bepaalde leveranciers waar je moet mee samenwerken en informeer naar hun kostprijs.

Communicatie (zie 2.8.)

Voor de studiedag

De uitnodiging

- Verstuur de uitnodiging met het programma tijdig, minimum 6 weken tot 3 maanden voor je studiedag.
 - Leg een uiterste datum voor inschrijving vast.
 - Zorg voor een elektronische inschrijving.
 - Vermeld in de uitnodiging alle sprekers en de titel of korte inhoud van hun presentatie.
 - Vermeld de kostprijs van je studiedag. Als je studiedag gratis is, vermeldt dat dan ook.
 - Vermeld een contactpersoon waar de deelnemers meer informatie kunnen verkrijgen.
- Stuur elke deelnemer een bevestiging van zijn inschrijving. Bij de bevestiging kan je toevoegen: plan, wegbeschrijving, parkeerticket, enz.
- Afhankelijk van de doelgroep van je studiedag, kan je ook een aankondiging doen op bv.

internet, personeelsbladen, kranten en magazines, enz.
Communiceer ook binnen je organisatie over de studiedag.

Documentatiemap

- De map bevat de papieren versies van de presentaties (verkleind, recto-verso, met ruimte voor het nemen van notities), het programma, cv's van de sprekers, evaluatieformulier, deelnemerslijst, een balpen, lege notitiebladen, enz.

Tijdens de studiedag

- Samen met de documentatiemappen kan je de eventuele hoofdtelefoons uitdelen (als er vertaling voorzien is).
- Neem foto's. Je kan ze nadien gebruiken op je website of in een samenvattende brochure.
- Geef de deelnemers het gadget als ze het evaluatieformulier ingevuld hebben.
- Als je studiedag nieuwswaarde heeft, zorg dan dat er een persruimte is en iemand die de journalisten te woord staat.
- Reserveer voor de sprekers enkele stoelen op de eerste rij. Zet ze niet helemaal in het midden want dan hebben ze moeite om vooraan op het podium te geraken. Reserveer stoelen voor belangrijke genodigden bv. ministers, voorzitters, ... Reserveer ook voor de organisatoren enkele stoelen.
- Op het einde van de studiedag: zorg voor een bedanking van de sprekers, de deelnemers, de organisatoren, ...

Na de studiedag

- Als je studiedag nieuwswaarde heeft, zorg dan voor een communicatie naar de pers.
- Zorg voor een opvolging in de pers in de dagen en weken na het evenement, met een persoverzicht waarin alle reacties uit de pers worden verzameld.
- Geef een beknopt overzicht van het evenement met foto's op het intranet van je organisatie
- Publiceer op je website alle bijkomende informatie: powerpoint-presentaties, reglementaire teksten, foto's, enz.
- Organiseer een debriefing met alle betrokken actoren (organisatieteam, medewerkers, traiteur, technisch personeel, enz.).
- Verwerk de evaluatieformulieren en maak een eindverslag.
- Communiqueer het eindverslag naar de directie.
- Bezorg de sprekers een kopie van het eindverslag.

Evaluatie en nazorg (zie 4.)

6. Conclusie

Omdat we op het einde van elk hoofdstuk afsluiten met een aantal tips, beperken we ons in deze eindconclusie tot 6 vuistregels om van een evenement een succes te maken:

1. Er worden heel veel evenementen georganiseerd. Organiseer geen evenement om een evenement te organiseren en erbij te horen. Denk altijd goed na over **de doelstelling**. Wat wil je met je evenement bereiken?
2. Wees **origineel en creatief**. Neem voldoende tijd om een rode draad te bedenken. Gebruik deze rode draad doorheen het evenement: van de uitnodiging tot de decoratie van de zaal. Wees ook creatief met de invulling van je programma.
3. **Begin op tijd** en maak **een realistische planning**. Onderschat de logistieke aspecten van je evenement niet. Zorg ervoor dat je van in het begin duidelijkheid hebt over het beschikbare budget.
4. Zorg altijd voor **een hapje en een drankje van goede kwaliteit**. Als de catering niet goed zit, zal dit zwaar doorwegen op de appreciatie van je evenement ... hoe perfect al de rest ook was.
5. Verzorg **de communicatie** tot in de puntjes. Stel van bij het begin een goed communicatieplan op.
6. Maak een **goed en volledig draaiboek**. Dit is de handleiding voor het organisatie-team. Door op voorhand goed na te denken over alle aandachtspunten, kan je je tijdens het evenement focussen op de coördinatie ervan.



7. Bijlagen

Voorbeelden van evaluatieformulieren

1. Algemeen evaluatieformulier
2. COMMnetvergadering 8 maart 2007
3. 3de Belgische Kwaliteitsconferentie, 17 en 18 oktober 2005
4. Dag van de Duurzame Ontwikkeling, FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu

1. Evaluatieformulier

Evaluatieformulier
Titel van het evenement
(Spreker(s) - Datum)

1. Wat is uw algemene indruk van dit evenement?

O Zeer goed *O Goed* *O Redelijk* *O Slecht*

Opmerkingen:

.....

2. Stemden de presentaties overeen met uw verwachtingen?

O Volledig *O Grotendeels* *O Gedeeltelijk* *O Helemaal niet*

Opmerkingen:

.....

3. De sprekers: wat vond u van de inhoud en de structuur van de presentatie(s)? (Vermeld de namen van de verschillende sprekers)

O Zeer duidelijk *O Duidelijk* *O Weinig duidelijk* *O Helemaal niet duidelijk*

Opmerkingen:

.....

4. De sprekers: wat vond u van het taalgebruik? (Vermeld de namen van de verschillende sprekers)

O Zeer duidelijk O Duidelijk O Weinig duidelijk O Helemaal niet duidelijk

Opmerkingen:

.....

5. Wat vond u van de vraag- en antwoordsessie?

O Zeer interessant O Interessant O Weinig interessant O Helemaal niet interessant

Opmerkingen:

.....

6. Wat vond u van de organisatie van het evenement (communicatie, zaal, sandwiches, akoestiek, ...)?

O Zeer goed O Goed O Redelijk O Slecht

Opmerkingen:

.....

7. Suggesties (bv. mogelijke onderwerpen) ?

.....




.....

.....

.....

Bedankt!

2. COMMnetvergadering 8 maart 2007

			
1. Bent u tevreden over de vergadering?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Was de inhoud van de presentaties interessant?			
Titel en spreker presentatie 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Titel en spreker presentatie 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Waren de presentaties goed gebracht?			
Titel en spreker presentatie 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Titel en spreker presentatie 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Heeft u nieuwe ideeën opgedaan voor uw dagelijks werk?			
Titel en spreker presentatie 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Titel en spreker presentatie 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Andere opmerkingen of suggesties?			

Bedankt!

3. 3de Belgische Kwaliteitsconferentie, 17 en 18 oktober 2005

EVALUATIE Programma I: CAF EN KWALITEITSINSTRUMENTEN

Vul dit formulier in en geef het op dinsdag 18 oktober aan het einde van de conferentie aan een van de onthaalhostesses.

Als dank krijgt u een USB memory stick met alle powerpointpresentaties van de conferentie, de methodologie CAF 2002 en de 2de studie over de toepassing van het CAF in de Europese overheidsdiensten.

Bedankt voor uw medewerking!

PERSOONLIJKE GEGEVENS

1. Ik ben een:

- Politicus/politica
- Leidend ambtenaar/ overheidsmanager
- Ambtenaar
- Verantwoordelijke van een onderwijsinstelling
- Leraar/lerares
- Student(e)
- Consultant(e)
- Academicus/academica
- Vakbondsafgevaardigde
- Ander: verduidelijken a.u.b.

2. Ik werk op het volgende overheidsniveau:

- Federaal
- Provincie
- Gemeenschap
- Gemeente
- Gewest
- Ander

3. Ik werk in een organisatie met:

- 1 tot 49 personeelsleden
- 50 tot 200 personeelsleden
- 200 tot 499 personeelsleden
- 500 tot 999 personeelsleden
- 1 000 personeelsleden of meer

4. Ik werk in het domein kwaliteitsbeheer en/of organisatieontwikkeling sinds:

- | | |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> < 1 jaar | <input type="checkbox"/> 6-10 jaar |
| <input type="checkbox"/> 1-2 jaar | <input type="checkbox"/> > 10 jaar |
| <input type="checkbox"/> 3-5 jaar | <input type="checkbox"/> Niet relevant |

5. Ik heb aan vorige kwaliteitsconferenties deelgenomen:

- 1ste Belgische Conferentie (2001)
- 2de Belgische Conferentie (2003)
- 1ste Europese Conferentie (Lissabon, 2000)
- 2de Europese Conferentie (Kopenhagen, 2002)
- 3de Europese Conferentie (Rotterdam, 2004)
- Niet relevant






6. Ik nam aan de Conferentie 2005 deel als:

- Deelnemer
- Spreker in de plenaire sessie
- Spreker bij de voorstelling van een goede praktijk
- Spreker tijdens een infoshop
- Programmavoorzitter

7. Via welke kanalen was u op de hoogte van de conferentie?






- Persoonlijke uitnodiging
- Intranet van uw organisatie
- Personeelsblad
- Affiche
- www.publicquality.be
- 4Instance
- P&O Horizon
- FEDRA
- Een collega
- Ander: verduidelijken a.u.b

Onze symbolen:

- Zeer-ontevreden 
- Ontevreden 
- Noch tevreden, noch ontevreden 
- Tevreden 
- Zeer tevreden 

ALGEMENE INDRUK

1. Wat is uw algemene beoordeling van de conferentie?
2. Voldeed de conferentie aan uw verwachtingen?

				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>






3. Wat is uw beste ervaring tijdens de conferentie?

.....

DE PLENAIRE SESSIES

Uw indruk van de sprekers






- De presentatoren van de conferentie
- Elke Loeffler, Governance International
- Ralph Heintzman, Openbaar Ambt van Canada
- Katju Holkeri, 4de Europese Kwaliteitsconferentie

				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Andere opmerkingen

Uw indruk van het debat tussen de ministers

- Het thema van het CAF als rode draad van het debat
- De manier waarop het debat door de moderators werd geleid
- De kwaliteit van de uitwisseling van ideeën
- De meerwaarde van het debat voor uzelf
- De opportuniteit om het op de volgende conferentie opnieuw te doen

				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Andere opmerkingen

UW PROGRAMMA

PROGRAMMA: CAF EN KWALITEITSINSTRUMENTEN

1. Inhoud van de presentaties

	☹☹	☹	☺	☺	☺☺
Programmavoorzitter Willy De Weirdt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infoshop: Zelfevaluatie met het CAF (J-M Dochoot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GP: CAF-oefening en actieplan: ontwikkeling en implementatie van een Balanced ScoreCard (POD MI)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GP: De Balanced ScoreCards van de FOD Mobiliteit en Vervoer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infoshop: Het eGov plan van het Ministerie van de Franse Gemeenschap: een toepassing van het systeem van Balanced ScoreCards (JP Palante)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infoshop: ISO 9001 en EFQM (M Gernaey)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GP: Het kernproces van het FAVV: van risicobeoordeling en programmatie over planning naar uitvoering en rapportering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Andere opmerkingen

2. Vorm van de presentaties (presentatiewijze, slides,...)

	☹☹	☹	☺	☺	☺☺
Programmavoorzitter Willy De Weirdt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infoshop: Zelfevaluatie met het CAF (J-M Dochoot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GP: CAF-oefening en actieplan: ontwikkeling en implementatie van een Balanced ScoreCard (POD MI)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GP: De Balanced ScoreCards van de FOD Mobiliteit en Vervoer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infoshop: Het eGov plan van het Ministerie van de Franse Gemeenschap: een toepassing van het systeem van Balanced ScoreCards (JP Palante)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Infoshop: ISO 9001 en EFQM (M Gernaey)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GP: Het kernproces van het FAVV: van risicobeoordeling en programmatie over planning naar uitvoering en rapportering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Andere opmerkingen

IMPACT OP UW WERK EN UW ORGANISATIE

1. Hebt u nieuwe ideeën opgedaan voor uw eigen organisatie, bv. over bepaalde goede praktijken of specifieke instrumenten die u zou willen invoeren?

- Ja Nee

Indien ja, welke?

2. Hebt u nieuwe contact gelegd met andere deelnemers op de conferentie?

- Ja Nee

3. Het CAF

Hebt u het instrument in uw dienst al gebruikt?

- Ja Nee

Indien neen, bent u van plan om het in het komende jaar te gebruiken?

- Ja Nee

4. Andere kwaliteitsinstrumenten

Hebt u er in uw dienst al gebruik van gemaakt? Indien ja, welk(e)?

- EFQM
 Balanced Scorecard
 Tevredenheidsenquête “gebruikers”
 Tevredenheidsenquête “personeel”
 Verbetering van de processen
 Strategie en planning
 Andere

Specificeer?

5. Zult u deelnemen aan de 4de Conferentie over de Kwaliteit van de Overheidsdiensten?

- Ja Nee

6. Neemt u deel aan de 4th Quality Conference for Public Administrations in Europe (Finland 2006)?

- Ja Nee

ORGANISATIE

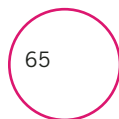
					
• De programmabrochure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• De manier van inschrijven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Het contact met de organisatoren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Het onthaal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• De muziek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• De lunch 17/10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Het walking buffet 18/10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Het thema van de affiche (parachutisten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• De Improvisatieliga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• De website www.publicquality.be	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Andere opmerkingen:

.....

.....

Bedankt voor uw medewerking!



4. Evaluatieformulier: dag van de Duurzame Ontwikkeling bij de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu

Ideeën om bij te houden, andere om te verbeteren... Wij kunnen uw commentaar gebruiken voor de volgende editie. Trek dus vijf minuutjes van uw tijd uit om deze vragen te beantwoorden. U krijgt voor een aantal onderwerpen een beoordelingsschaal en u kan altijd aanvullende opmerkingen maken:

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

1. Hebt u deelgenomen aan de Dag van de Duurzame Ontwikkeling: JA/NEEN

Wat vond u van:

- de globale organisatie (inclusief de voorbereiding)

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

- de communicatie (planning, kwaliteit)

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

- de inschrijving (planning, kwaliteit)

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

Opmerkingen/suggesties:

2. Hebt u deelgenomen aan het ontbijt: JA/NEEN

Wat vond u van:

- de organisatie

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

- de locatie

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

- de kwaliteit van de voedingsmiddelen

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

Opmerkingen/suggesties:

3. Hebt u deelgenomen aan één van de wandelingen: JA/NEEN

Nummer van de wandeling:

Wat vond u van:

- de activiteit (uw algemene indruk)

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

- de kwaliteit van de gids

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

- de sfeer in de groep

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

Opmerkingen/suggesties:

4. Hebt u deelgenomen aan het buffet: JA/NEEN

Wat vond u van:

- het buffet als evenement (uw algemene indruk)

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend



- de locatie

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend





• de dranken

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

• de gerechten

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

• de muziek

0	1	2	3
Slecht	Aanvaardbaar	Goed	Uitstekend

Opmerkingen/suggesties:

5. In verband met duurzame ontwikkeling

a) Welk van de volgende woorden doet u het meest denken aan “duurzame ontwikkeling”? (duid 1 keuze aan)

LEEFMILIEU – SOLIDARITEIT – SOCIAAL – ECONOMIE – AMUSEMENT – GENERATIES – WERELD – RECHTVAARDIGHEID – KLIMAAT – RECYCLAGE

b) Hoe zou u in één zin omschrijven wat u van deze dag hebt opgestoken?

.....
.....

6. Wat vond u van de inzameling voor Spullenhulp die in het kader van de Dag van de Duurzame Ontwikkeling werd georganiseerd?

- Ik vind dit een goed initiatief
- Ik vind dit eerder nutteloos
- Ik heb geen mening over dit initiatief

7. Wat is uw voorkeur voor de volgende editie?

- Ik vind het goed dat er opnieuw zo'n dag wordt georganiseerd
- Ik zou liever terugkeren naar de formule van de klassieke sportdag
- Ik ben eerder voor het principe van de wandelzoektocht zoals tijdens de Gezondheidsdag 2005

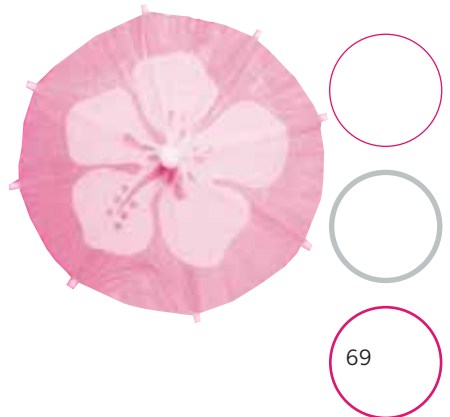
Opmerkingen/suggesties:

8. Hebt u zelf nog ideeën voor mogelijke activiteiten volgend jaar?

.....
.....
.....

9. Bent u in principe bereid om mee te werken aan de organisatie van de volgende teamdag? ja/nee

.....
.....
.....



8. Bibliografie

Bouman, J., Het organiseren van bedrijfsevenementen – een praktische handleiding, Kuwer, 2002

Delecourt, N., Happe-Durieux, L., Comment organiser un événement, Editions du puits fleuri, 2001

du Moulin de Labarthète, A., La communication événementielle, Les éditions Demos, 2001

FOD Personeel en Organisatie, COMM Collection Nr 12 “Een communicatieplan van een project opstellen”, 2006, www.p-o.be > Algemene informatie > Publicaties

FOD Personeel en Organisatie, COMM Collection Nr 14 “Duurzaam communiceren”, 2006, www.p-o.be > Algemene informatie > Publicaties

FOD Personeel en Organisatie, COMM Collection Nr 15 “Communicatie-acties evalueren”, 2006, www.p-o.be > Algemene informatie > Publicaties

Kaarsgaren, L., Zakelijke evenementen – vormgeving en organisatie van personeelsfeest tot conferentie, Pearson Education Benelux, 2003

Tissoires, D., Guide pratique à l'usage des organisateurs de colloques, journées d'étude, séminaires, ..., Editions du puits fleuri, 2002

Toerisme Vlaanderen, Veel volk en mooi weer! - Draaiboek voor een geslaagd evenement, 2007, www.toerismevlaanderen.be

Verhaar, J., Projectmanagement 1 – Een professionele aanpak van evenementen, Boom, 2004

www.france-congres.org/index.htm

www.congres-saint-etienne.com/pdf/Guide-Organisateur.pdf

www.eventsplanet.com

www.eventnet.be

www.agipb.be/vvj/publicaties.php > Hoe organiseer ik een persconferentie?



Nota's



FOD Kanselarij van de Eerste Minister
Algemene directie Externe Communicatie
Wetstraat 16
1000 Brussel
Tel.: 02/501.02.11
E-mail: externecomunicatie@belgium.fgov.be
www.belgium.be

FOD Personeel en Organisatie
Directoraat-generaal Interne Communicatie
Wetstraat 51
1040 Brussel
Tel.: 02/790.53.00
E-mail: info@p-o.be
www.p-o.be



Verantwoordelijke uitgever: Jacky Leroy • Wetstraat 51 • 1040 Brussel
Wettelijk Depot: D/2007/7737/28
September 2007

