



*Evenementen als
Integrale Communicatie*

PAK UW GASTEN IN MET OUT OF THE BOX EVENEMENTEN



Het gesprek op kantoor van World Wise Travel Business Events begint aan tafel met een eenvoudige witte doos tussen ons in. Jennifer Sloots, eigenares van het bedrijf, verzoekt mij om de doos te openen. Er zit niets in. Daar gaat het juist om. Een inhoudsloze doos heeft geen meerwaarde. De meerwaarde komt pas als er iets in de doos zit en helemaal als dezelfde doos mooi is ingepakt.

Jennifer Sloots legt uit dat ze ervaart dat veel bedrijven terugvallen op 'vertrouwde' communicatiemiddelen, het oude stramien (de doos met weinig of geen meerwaarde), terwijl het ondernemen dynamisch is en het inspelen op de ontwikkelingen in de markt veel flexibiliteit vergt. En met oog op de huidige economie moet je juist extra actief zijn in je marktwerking door effectief te communiceren. Een evenement verzorgen voor personeel en relaties is daarvan een onderdeel. De aloude gedachte dat organisatiebureaus slechts 'feestjes'



organiseren is al lang achterhaald volgens Jennifer Sloots. Indien je, als bedrijf, tenminste de juiste partner hebt. "In onze gesprekken met de klant willen wij juist achterhalen wat de doelstelling is van de klant. Helaas merken wij wel eens dat onze gesprekspartner dit niet altijd voor zichzelf helder heeft. Hoezo communiceren? Onze evenementen houden rekening met de boodschap, het imago en het product van het bedrijf. De doelstelling en de gasten stellen wij centraal. Pas als deze zaken, alsmede het budget, helder zijn, is het mogelijk om een voorstel te presenteren", zegt Jennifer Sloots.

En dan denkt u, ja maar wij kunnen het zelf doen! "Nee", zegt Jennifer Sloots, "ieder zijn specialiteit!" Hierin is zij heel stellig. In het MKB kunnen weinig bedrijven zich een eigen 'events manager' permitteren. Dus worden marketingmanagers en directiesecretaresses belast met de taak. En terwijl dat vaak wordt ervaren als een leuke taak, kost deze toch veel tijd en tijd is geld. Daarbij is de ervaring beperkt, maar de eindverantwoordelijkheid groot.

Van een professioneel evenementenbureau mag je meer verwachten én krijgen! Wij zijn vaak onderweg, om een evenement te verzorgen voor onze klant of een bezoek aan een

(nieuwe) locatie te brengen. We bezoeken bedrijven en wonen beurzen en vakevenementen bij. Onze vak-kennis is daarom groot. Eigenlijk mag je stellen dat we evenementen, eten, drinken en ademen. Wat zeker een feit is, is dat een evenementenbureau als World Wise Travel Business Events anders naar uw bedrijf kijkt en wel eens 'out of the box' durft te denken. Als dit wordt vertaald in een 'beleving', dan is de meerwaarde groot. "Kleine evenementen met teambuilding elementen of een groot-schalig relatie-evenement bieden een voordeel boven reclamecampagnes", zegt Jennifer Sloots. "Want uw boodschap wordt naar een gerichte groep gecommuniceerd en de betrokkenheid is door de opkomst meetbaar. Wij willen de gasten 'inpakken', ze een beleving bezorgen en dat hoeft niet met hoge kosten gepaard te gaan. Wij zijn pas tevreden als wij horen dat er nog lang over het evenement wordt gesproken. Dat is pas effectief communiceren!"

"En omdat wij 'out of the box' werken mag de klant bepalen of we ingehuurd worden alleen voor een brainstormsessie, de conceptontwikkeling of voor het gehele traject. En puur op basis van gewerkte uren", zijn de klinkende slotwoorden van Jennifer Sloots.

Meer 'out of the box' ideeën:
World Wise Travel Business Events
Postbus 2102
7302 EM Apeldoorn
tel. 055-3669828
welcome@wwtbusinessevents.nl
www.wwtbusinessevents.nl

10 'OUT OF THE BOX' IDEEËN

1. Van managementleden een managementteam vormen. We stellen een trainingsweekend voor dat niet op een training lijkt. De managers die niet op een training zitten te wachten, kunnen niet meer wachten tot de volgende keer!
2. Uw product presenteren. Ooit gedacht om uw gasten te vragen het product in elkaar te zetten?
3. Na een fusie, de bedrijfsculturen samensmelten. Neem Istanbul als bestemming en maak een ketting van mensen op de brug over de Bosphorus die Europa met Azië verbindt.
4. Uw relaties binden, bedanken. Ook deze boodschap verwerken we in een 'voorspel' en 'naspel'. Heeft u er wel eens aan gedacht om uw relaties te vragen om uw feest, dat u voor hen organiseert, samen te stellen?
5. Als beloning voor verkoopresultaten gaat de afdeling de (g)astronomische schatten van een stad ontdekken. De beleving is "out of this world"
6. Uw bedrijfsimago verbeteren. Laat uw gasten u een spiegel voorhouden.
7. Innovatie. Houd dan een brainstorm sessie waar je ongestoord je gang kunt gaan. In de woestijn of zwevend boven ons kikkerlandje. Of onder de grond? Wij kennen de plekken en de mogelijkheden!
8. Uw product promoten. Het kan 'spelenderwijs'.
9. Een jubileum vieren. De boodschap lijkt duidelijk, maar hoe pak je het aan en hoe pakt het uit?
10. Een auto verkopen. Verkopers worden monteurs in de 24 uren....