

# Organiseer je een congres, symposium of een wetenschappelijk conferentie in 2020?

Dan geeft deze uitgebreide checklist je 14 handvatten voor een vliegende start!



Je hebt opdracht gekregen om een congres te organiseren. Wat staat je dan te wachten? Welke zaken heb je zelf in de hand? Ga je het zelf organiseren of besteed je zaken, zoals geluid, licht en presentatie uit aan externe partijen?

Er komt nogal wat bij kijken. Bij het organiseren van een congres, symposium of een wetenschappelijke conferentie. Het is zaak om ruim vooraf te beginnen, zodat je nog ruimte hebt om onverwachte gebeurtenissen te tackelen. Sprekers die ruim op tijd geboekt dienen te worden, want ja... het concurrerende congres wil ik ook wat. Een toplocatie die past bij je bedrijfsdoelen, een uitreiking voor een groep wetenschappers, een symposium over een bepaalde onderwerp dat 'hot' is binnen je branche. Zomaar wat mogelijkheden waarvoor je deze vorm van mensen samenbrengen en kennis delen, gebruikt.

In de onderstaande checklist met handvatten ben je verzekert van een vliegende start van de voorbereiding van je congres, symposium of wetenschappelijke conferentie. Natuurlijk is deze lijst naar eigen smaak verder in te vullen en passend bij het eigen congres-thema te maken, maar met deze kernzaken weet je zeker dat je niet iets over het hoofd ziet en een mooie start maakt!

Te beginnen met het opstellen van een congresplan.

## 1. Begin op tijd met het congresplan

- Afhankelijk van de grootte (bedrijfsniveau, regionaal, nationaal, internationaal)
- Omschrijf de aanleiding helder en overleg dit met opdrachtgever
- Bepaal de doelstellingen: wat wil je bereikt hebben na het congres?
- Omschrijf je doelgroep(en): wie komen op het congres?
- Maak een inschatting van het aantal bezoekers
- Maak een plan B en een plan C, zodat je altijd voorbereid bent

De eerste stap bij het organiseren van een congres is het maken van een congresplan. Met dit congresplan zorg je voor duidelijkheid in je 'eventteam', zodat mensen achteraf niet vallen over zaken die niet besproken zijn. Ook is een congresplan handig voor het contact met de opdrachtgever. Een toevoeging is om een 'go/ no go-moment' in te bouwen, zodat je met je opdrachtgever kan afstemmen wanneer je door gaat naar de uitvoerende fase van het congres.

## 2. Oriënteer je op de interne kennis en mogelijkheden

- Welke vakkennis is binnen je bedrijf aanwezig om een congres te organiseren?
- Intern organiseren of toch uitbesteden
- Wat is het budget en neem dit ook op in het congresplan

Heb je zelf de capaciteit en tijd om het gehele congres te organiseren of ga je als bedrijf, zaken als licht, geluid en catering uitbesteden? Vaak wordt bezuinigd op posten, zoals licht en geluid, omdat 'men met een Powerpoint, microfoon en licht uit doen' zelf een heel eind komt, denkt men. Realiseer je wel dat dit soort zaken cruciaal zijn op de dag zelf. Je kunt nog zoveel gasten naar je symposium krijgen, als de interactie niet ontstaat, omdat er storende factoren zijn, zoals een slechte belichting van het presentatiescherm of de presentator zelf, dan is dit zonde en dit werkt erg afbrekend van de kwaliteit die deelnemers en ook sprekers ervaren.



### **3. Het budget**

- Ga uit van vaste kosten, zoals voorbereidingsuren extern congresbureau, huur van de locatie, techniek, licht en geluid en drukwerk
- Daarnaast de variabele kosten, zoals catering en extra zalen afhankelijk van het aantal gasten dat komt opdagen
- Bepaal je deelnemer fee (en eventuele kortingen)
- Heb je sponsoren?
- Bouw ook hier een go/ no go-moment in
- Vergeet niet om 10% onvoorziene kosten op te nemen

Dit is vaak het belangrijkste punt in een congresplan. Hoe ga je de kosten dekken? Sta je als bedrijf garant voor alle kosten of ga je op zoek naar sponsoren om een nieuw (wetenschappelijk) onderzoek te promoten? Denk bij het gebruik maken van sponsoren op een congres dat de kennis die gedeeld wordt meer in het daglicht van de sponsor komt te staan en dat dit afdoet aan de objectiviteit van een onderzoek.



### **4. Stel de datum vast**

- Kies een datum die past bij je doelgroep
- Let op vakanties, vrije dagen, feestdagen en andere (sport) events
- Bepaal deze datum ruim van te voren en neem deze mee in het congresplan (6-12 maanden vooraf)
- Kies een geschikte dag: op maandag zijn veel werkoverleggen en op woensdag en vrijdag zijn veel vrije dagen. Dinsdag en donderdag zijn geschikte dagen over het algemeen.

Volgend jaar staat het Nederlands elftal voor het eerst in lange tijd weer op een eindtoernooi. Het is nog ver weg, maar de meeste mensen willen dit zien. Organiseer het liefst niet een congres op de dag dat Oranje moet spelen. Dit is erg branche afhankelijk uiteraard, maar je zult je verbazen wat voor impact dit heeft op het aantal deelnemers van een congres als je dit organiseert op een dag dat andere belangrijke (sport) evenementen plaatsvinden.



## 5. Vind een match tussen locatie en doelgroep

- Een passende locatie op gebied van sfeer, uitstraling en uiteraard de (maximum) capaciteit
- Is de locatie goed bereikbaar met eigen vervoer of openbaar vervoer?
- Is er voldoende parkeergelegenheid?
- Zijn er laadpalen voor elektrische auto's?
- Zijn er parkeerplaatsen voor mindervaliden?
- Hoe is de sanitair?
- Zijn kleedkamers beschikbaar voor de sprekers?
- Hoe staat het met de EHBO voorzieningen, zoals een AED (defibrillator)?
- Is de internetcapaciteit naar wens?
- Welke zaalopstellingen zijn mogelijk? (theater, cabaret, school, Carré, U-vorm)

Het is erg afhankelijk van je thema welke locatie je kiest, maar hierboven staan belangrijke randvoorwaarden die op (vrijwel) ieder congres van toepassing zijn. Anno 2020 zijn er bijvoorbeeld weer meer elektrische auto's en het is een pluspunt als er laadpalen voor deze wagens beschikbaar zijn.



## 6. Aankleding en stijl

- Bepaal in je congresplan welke uitstraling je wilt creëren om deelnemers te raken. Wat heb je hiervoor nodig?

Thema's, zoals een TedX evenement, zijn krachtige manieren om een boodschap van een spreker extra kracht bij te zetten. Het is herkenbaar voor de meeste mensen en de spreker geeft gegarandeerd een inspirerend en vaak persoonlijk verhaal om mensen inzicht te geven. Een ander niet te onderschatten onderdeel van de aankleding van een congres of evenement waar kennisoverdracht centraal staat, zijn licht, geluid en de hulpmiddelen bij een presentatie.



## 7. Licht, geluid en presentatie

- Bespreek vooraf met sprekers wat ze nodig hebben en welke zaalopstellingen daarbij past en welke technische zaken hen daarbij ondersteunen. Houd daarbij rekening met de volgende punten die veel voorkomen en problemen veroorzaken:
  - 1. Niet iedereen kan de presentatie goed zien
  - 2. Niet iedereen kan de presentatie goed verstaan
  - 3. De beeldopmaak is anders dan wat op het scherm te zien is
  - 4. De apparatuur werkt niet waardoor er stress ontstaat en deelnemers niet meer gericht zijn op de presentatie
- Hoe deel je de presentatieruimte in?
- Hoe ziet de opstelling rondom de spreker eruit? (zie ook punt 5)
- Plaatsingsmogelijkheden apparatuur
- Zorg voor ruimte voor de professional/ technicus
- Verlichting en verduistering van presentatieruimte met behulp van LED spots
- Denk aan de kijkhoek voor tv schermen
- Audiovisuele hulpmiddelen voor een presentatie, zoals een klikker en pointer
- Luidsprekers en audiomixer om het geluid af te stemmen op het publiek
- Microfoon tijdens presentatie (headset, catchbox)
- Hoeveel stroom is nodig voor de audiovisuele apparatuur?
- Wat zijn de prijzen en kosten?
- Hoe is de akoestiek in de ruimte?
- Zijn er storende factoren, zoals omgevingslawaai (bijvoorbeeld werkzaamheden in het gebouw of aangrenzend gebouw/weg)

Veel zaken om vooraf bij stil te staan op het gebied van licht en geluid! RN Entertainment neemt dit werk graag over van je en samen maken we er een geslaagd congres, symposium of conferentie van. Vooraf bekijkt RN Entertainment met jou de locatie, zodat van onaangename verrassingen op gebied van licht en geluid, geen sprake meer is op de dag van het congres.

## 8. Catering

- Houd rekening met 1 buffet of diner
- 1,5 kopje koffie of thee per persoon bij ontvangst
- Bij een borrel drinkt men gemiddeld 3 drankjes in het eerste uur
- Wijn tijdens diner, 1 glas per persoon per gang
- Belangrijk is om rekening te houden met het 'No Show- percentage'. Bij gratis bijeenkomsten ligt dit percentage rond de 10-20% en bij betaalde bijeenkomsten ligt dit rond de 5-10%

De catering kan gerekend worden tot variabele kosten, omdat vooraf niet goed kan worden ingeschat hoeveel mensen uiteindelijk naar het congres komen. Houd daarom rekening met een vast percentage van mensen dat niet komt opdagen, het zogenoemde 'No Show- percentage'.

## 9. De gasten

- Zijn er gasten die van ver moeten komen? Regel vervoer en verblijf!
- Zijn er sprekers die van ver moeten komen? Regel vervoer en verblijf
- Geef relevante informatie over mogelijkheden met betrekking tot vervoer en verblijf.

Afhankelijk van de grootte van het congres en waar sprekers of bepaalde gasten vandaan komen, is het raadzaam om deze mensen zoveel mogelijk zorgen uit handen te nemen. Regel een goed hotel in de buurt en reserveer alvast een taxi, zodat ze daar niet meer aan hoeven te denken. Uiteindelijk draagt dit bij aan hun welzijn en uiteindelijk voor een nog betere presentatie van de spreker en een aangename ervaring van de deelnemers.



## 10. Uitnodigingstraject

- Stuur een 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> save the date naar de deelnemers (bijvoorbeeld 4 en 3 maanden vooraf)
- Ontwerp en druk een aantrekkelijke uitnodiging met een mogelijkheid voor een deelnemer om te antwoorden
- Verstuur de uitnodiging ongeveer 6 tot 8 weken voordat het congres aanvangt
- Verstuur eventueel nog een uitnodiging en een reminder 3 tot 4 weken voordat het congres aanvangt
- Calculeer deze kosten in bij je vaste kosten

Het uitnodigingstraject is van belang om de deelnemers op de hoogte te brengen van het congres, symposium of de conferentie. Het is mogelijk om dit via de e-mail te doen, maar het is nog persoonlijker als je de deelnemer een gepersonaliseerde uitnodiging stuurt. Dan is de kans groter dat de deelnemer aandacht besteedt aan de invitatie, omdat hij ziet dat er aandacht besteedt is aan hem. Ook is het mogelijk om een algemene video rond te sturen met de boodschap dat het nog zoveel weken is tot de aanvang van het evenement. Het uitnodigingstraject ligt in het verlengde van het PR, Marketing en communicatietraject.



## 11. PR, marketing en communicatietraject

- Heb je een team of ben je met zijn tweeën? Dit is belangrijk voor het maken van keuzes, want met een team kan je meer doen, maar is bijvoorbeeld ook meer overleg en samenwerking vereist.
- Is de inhoud van je congres aansprekend genoeg (met bijvoorbeeld aansprekende sprekers)?
- Maak een algemeen communicatieplan
- Bekijk mogelijkheden tot adverteren (op bijvoorbeeld social media)
- Benader websites of influencers op social media die je boodschap verspreiden
- Maak je ook gebruik van traditionele communicatiemiddelen, zoals brochures, flyers en een programmaboekje?
- Heb je ook merchandise, zoals goodiebags en geschenken voor sprekers en deelnemers?
- Hoe registreren deelnemers zich en welke informatie krijgen mensen na registratie? (Tip: laat deelnemers direct bij aankomst registreren, want dan hebben ze hun e-ticket nog in de jas zitten)
- Zorg voor duidelijk leesbare badges
- Schrijf een persbericht en stuur deze naar sites, kranten en dagbladen
- Communiceer op een persoonlijke manier
- Leg het congres vast met film, fotografie en een livestream
- Zorg ervoor dat je op relevante tijdstippen berichten de wereld instuurt en niet een overspoeling aan berichten krijgt

Het communicatietraject is nodig om het symposium aan te kondigen en bekend te maken bij de mensen die op het congres gaan komen. Zonder een gedegen communicatieplan is de kans erg klein dat het congres slaagt. Sterker nog; mensen zijn tegenwoordig druk bezet en hebben volle agenda's dus is het zaak om op tijd te beginnen met dit traject, zodat iedereen op tijd op de hoogte is van de dag zelf.





## 12. Programma en indeling

- Zorg ervoor dat je vooraf een keer oefent met sprekers. Niet om te testen of ze een interessant verhaal kunnen vertellen, maar om technische redenen. Werkt de apparatuur zoals het zou moeten werken?
- Zorg voor een goede dagvoorzitter
- Bedenk interactieve vormen, zoals deelsessies en workshops waarin deelnemers zelf aan de slag gaan
- Betrek in het voortraject (potentiële) gasten bij de invulling van het programma
- Plan je congres niet op een tijdstip dat er veel files zijn (van half 10 tot half 5), maar start bijvoorbeeld om half 11
- Bewaar interessante sprekers tot het einde
- Houd rekening met een tijdsplanning van de verschillende onderdelen. Zie hierna een schatting van het aantal minuten dat een onderdeel maximaal duurt.
  - Ontvangst en registratie (30 minuten)
  - Gasten naar zaal begeleiden (10 minuten)
  - Welkomstwoord (5 minuten)
  - Huishoudelijke mededelingen (5 minuten)
  - Per spreker maximaal 90 minuten aan één stuk door
  - Koffie/thee pauze (20-30 minuten)
  - Lunch (90 minuten)
  - Diner en borrel (120 minuten)

Het programma is essentieel voor de dynamiek die de deelnemers ervaren op het congres. Lopen alle onderdelen lekker achter elkaar door? Zijn er weinig onnodige wachtmomenten voor de deelnemers? Zorg ervoor dat deelnemers zich niet gaan vervelen, maar zorg er ook voor dat deelnemers het gevoel hebben dat ze na ieder onderdeel met elkaar in gesprek kunnen en kunnen netwerken. Netwerken is een groot en belangrijk onderdeel van een congres en eigenlijk nog belangrijker dan het sprekersgedeelte. Zorg ervoor als organisator dat dit onderdeel voldoende aan bod komt.

### 13. De dag van het congres, symposium of conferentie

- Rolverdeling
- Draaiboek met checklists maken
- Zorg voor een aanspreekpunt en troubleshooters op verschillende vlakken, zoals techniek, licht, geluid, communicatie, catering enzovoort

Het congres is dan eindelijk daar na al die tijd van voorbereiden, voorbereiden en nog eens... voorbereiden. Je wilt er een geslaagde dag van maken en eigenlijk hoef je daar maar een aantal zaken voor te regelen. Zorg ervoor dat iedereen in je team weet wat zijn rol en taak is en geef iedereen een draaiboek met daarin alle checklists. Bespreek deze in de laatste bespreking in de ochtend op de dag van het congres zelf. En mochten er op de dag problemen zijn, zorg er dan voor dat er altijd een aanspreekpunt is op desbetreffend vakgebied en dat jij of het externe congresbureau de eindbeslissing neemt, wanneer noodzakelijk. Geniet van het congres als alles voorbij is en drinken samen nog een drankje!

### 14. Evalueren is leren en een relatie opbouwen

- Zijn de doelstellingen behaald met het congres, symposium of de conferentie?
- Wat zijn de leerpunten voor een volgende bijeenkomst?
- Wat geef je of wat stuur je naar sprekers/leveranciers en bezoekers?

Tot slot is het van belang om samen de dag en de voorbereiding nog eens te evalueren met alle betrokkenen. Uiteindelijk wil je dat de doelstelling(en) behaald zijn en als dit niet het geval is, hoe is dit dan zo gekomen? Waren de ambities te hoog? Was er een probleem met een leverancier? Enzovoort, enzovoort. Als het goed ging is het juist ook een goed punt om dit te vieren met elkaar. Deze goede punten ook mee te nemen naar een volgende samenwerking.

Vergeet je ook niet om nog een bericht te doen aan alle deelnemers en een geschenk te sturen naar je leveranciers of sprekers (mocht je dit nog niet gedaan hebben?) Dit verstevigt de relatie en zo is de kans groter dat ze volgend jaar weer komen!

